

**Análisis Estratégico del Aceite de Aguacate Hass en Colombia**

Daniel Romero, Jairo Benitez, Edwin Melo

Facultad de Administración, Maestría en Administración de Negocios

Universidad Santo Tomás

Dra. Andrea Cely

19 de octubre de 2020

**Análisis Estratégico del Aceite de Aguacate Hass en Colombia**

**Daniel Romero, Edwin A. Melo y Jairo G. Benítez**

**Trabajo de grado**

**para optar para el título de Magister en Administración MBA**

**Dirigido por:**

**Lucy Andrea Cely**

**Economista**

**Universidad Santo Tomás**

**Facultad de Administración de Empresas**

**Bogotá**

**2020**

### **Resumen**

La investigación busca analizar las variables que inciden en el proceso de exportación del aceite de aguacate hass colombiano a Rusia, identificando los acuerdos entre ambos países para así definir cuál es la logística óptima para la exportación del aceite. Para la profundización de la investigación, se divide la información por capítulos teniendo en cuenta el cumplimiento de los objetivos específicos. La primera parte del trabajo detalla la importancia del sector agrícola en Colombia enfocado en la producción de aguacate hass, en la cual se hace una descripción del producto, se plasma la importancia del sector, se identifican las variedades cultivadas, la producción y cosecha. Posteriormente se incluye la información relacionada con el aceite de aguacate, los métodos de extracción, el potencial de producción, sus usos, propiedades y beneficios para la población. Con el objetivo de identificar el perfil del consumidor del país destino se investigan las condiciones económicas, sociales y políticas de Rusia a fin de determinar el mercado objetivo hacia el cual va dirigido el producto. Para finalizar se establece la logística y estrategias necesarias para la comercialización del producto, verificando los canales de distribución y definiendo las estrategias de marketing, producto, precio, distribución y comunicación.

***Palabras clave:*** Análisis estratégico, producción, comercialización, aceite, aguacate, propiedades, políticas y logística.

**Abstract**

The research seeks to analyze the variables that affect the export process of Colombian Hass avocado oil to Russia, identifying the agreements between both countries in order to define the optimal logistics for exporting the oil. For the deepening of the investigation, the information is divided by chapters taking into account the fulfillment of the specific objectives. The first part of the work details the importance of the agricultural sector in Colombia focused on the production of Hass avocado, in which a description of the product is made, the importance of the sector is reflected, the cultivated varieties, production and harvest are identified. Later, information related to avocado oil, extraction methods, production potential, its uses, properties and benefits for the population are included. In order to identify the consumer profile of the destination country, the economic, social and political conditions of Russia are investigated in order to determine the target market towards which the product is directed. Finally, the logistics and strategies necessary for the commercialization of the product are established, verifying the distribution channels and defining the marketing, product, price, distribution and communication strategies.

**KeyWords:** Strategic analysis, production, marketing, oil, avocado, properties, policies and logistics.

**Tabla de contenido**

Resumen		3
Abstract		4
1. Planteamiento del problema		14
1.1 162.		Objetivos
16		
2.1 172.2		173.
Justificación		16
4. Marco referencial		17
4.1 184.2		214.3
244.4		284.4.1
Acuerdos Comerciales de Colombia.		27
4.4.2 Normatividad Régimen Comercio Exterior Ruso.		30
4.5 384.5.1	Proceso de Investigación.	
41		
5. Desarrollo del sector de la producción del aguacate Hass en Colombia		42
5.1 415.1.1	Producción del Aguacate en Colombia.	
44		
5.1.2 Área Cosechada y Producción a nivel mundial.		49
5.1.3 Exportaciones de Aguacate desde Colombia.		51
5.1.4 Principales variedades de aguacate cultivado en Colombia.		52
6. Descripción del producto aceite de aguacate		54
6.1 546.1.1	Obtención por Prensada.	
55		
6.1.2 Obtención por Extracción con Disolventes.		56
6.1.3 Obtención por Centrifugación.		56
6.1.4 Obtención por Hidrolisis Alcalina.		57

6.2	646.3		646.5
	666.6		696.7
	697.	Análisis del mercado objetivo	
	75		
7.1	707.1.1	El marco político.	
	76		
7.2	717.2.1	Población.	
	77		
7.2.2	Composición de los hogares.		83
7.2.3	Tasa de Desempleo.		84
7.2.4	Índice de Pobreza.		85
7.2.5	Ingreso Per cápita.		86
7.2.6	Población Económicamente Activa.		87
7.3	807.4		847.4.1
	Inflación.		95
7.4.2	Tasa de cambio.		96
7.4.3	Deuda Externa.		97
7.5	888.	Estrategias de internacionalización del aceite de aguacate a Rusia	
	103		
8.1	<b>¡Error! Marcador no definido.8.2</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.8.3</b>	
	<b>¡Error! Marcador no definido.8.4</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.8.4.1</b>	
	Análisis de competidores.		106
8.4.2	<b>¡Error! Marcador no definido.8.4.2.1</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.8.4.3</b>	
	Público Objetivo.		109
8.4.4	Objetivo.		109
8.4.5	Estrategia Promoción.		109
8.4.6	Estrategia Producto.		111

8.4.6.1	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	8.4.7	Estrategia Precio.
	113		
8.4.8	Estrategia Distribución.		114
8.4.8.1	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	8.4.8.2	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	8.4.9	Estrategia Comunicación.
	116		
9.	Proceso logístico para la exportación del producto		119
9.1	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	9.1.1	Aceite.
	120		
9.1.2	Botellas.		120
9.1.3	Tapas metálicas.		121
9.1.4	Cartón.		121
9.2			93Resultados
			137
	Conclusiones		142
	Referencias		145

## Lista de Figuras

Figura 1. Certificado EAC, utilizado para dar conformidad a la exportación del producto.....	34
Figura 2. Certificado con las pruebas de laboratorio realizadas.....	35
Figura 3. Detalle del rotulado que debe ubicarse en el logo EAC. ....	36
Figura 4. Zonas de cultivo de aguacate en Colombia. ....	48
Figura 5. Área Sembrada Cultivos Frutales .....	49
Figura 6. Producto Interno Bruto Colombia año 2018.....	50
Figura 7. Principales Variables de aguacate .....	53
Figura 8. Producto Interno Bruto Colombia – Elaboración de productos alimenticios .....	55
Figura 9. Evolución PIB Sector de Grasas y Aceites de Origen Animal y Vegetal.....	56
Figura 10. Canal de distribución. ....	59
Figura 11. Ficha técnica Aceite de aguacate hass. ....	66
Figura 12. Evolución de la población rusa.....	71
Figura 13. Población de las principales ciudades de Rusia.....	73
Figura 14. Mapa de la Federación Rusa con las principales ciudades y características geográficas.....	73
Figura 15. Distribución de la población rusa. ....	74
Figura 16. Pirámide poblacional por sexo en la Federación Rusa, detallando el porcentaje por grupo etario.....	75
Figura 17. Seguimiento longitudinal de la tasa de desempleo en Rusia desde el año 2012.....	77
Figura 18. Índice de pobreza Rusia.....	78
Figura 19. PIB Per cápita comparado entre Colombia y Rusia en el último centeno. ....	79
Figura 20. Población económicamente activa.....	79
Figura 21. Importaciones de Rusia desagregadas en los últimos cinco años. ....	80
Figura 22. Exportaciones en Rusia desagregadas por bienes y servicios en los últimos cinco años.....	81
Figura 23. Balanza comercial de Rusia en los últimos cinco años.....	82
Figura 24. Importación Rusia de grasas y aceites. ....	83
Figura 25. Producto Interno Bruto de Rusia en euros por año comparado con su crecimiento anual. ....	84
Figura 26. Inflación en Rusia desde el año 2000. ....	85
Figura 27. Comportamiento tasa de cambio. ....	86
Figura 28. Deuda externa rusa. ....	87
Figura 29. Medidas de la botella para exportación de producto. ....	93

Figura 30. Medidas de la caja para exportación de producto.....	94
Figura 31. Cálculo de botellas por caja en la exportación. ....	95
Figura 32. Medidas de las estibas. ....	95
Figura 33. Medidas del contenedor.....	96
Figura 34. Rutas Marítimas Colombia – Rusia.....	98
Figura 35. Rutas Aéreas Colombia – Rusia. ....	101
Figura 36. Gráfica de mortalidad por sexo y por enfermedades o comorbilidades.....	108
Figura 37. Propiedades para la salud del consumo y uso del aguacate. ....	110
Figura 38. Imagen diseño de piezas gráficas para uso de estrategia de comunicación del aceite de aguacate.....	112
Figura 39. Recopilación fotográfica de los cultivos y productores de aguacate Hass para campaña de expectativa.....	112
Figura 40. Estrategia de comunicación marketing digital.....	113
Figura 41. Flujograma de la ruta que sigue el producto hasta el cliente final.....	115

### Lista de Tablas

Tabla 1. Acuerdos comerciales firmados por Colombia con otros países o bloques. ....	29
Tabla 2. Características por variedad de aguacate. ....	42
Tabla 3. Producción de aguacate Hass por país. ....	43
Tabla 4. Producción Nacional de aguacate 2014-2018.....	45
Tabla 5. Cifras de producción Nacional de aguacate hass 2014-2018.....	46

Tabla 6. Cifras de producción Nacional de aguacate Hass por departamento. ....	46
Tabla 7. Calendario de cosechas por departamento aguacate hass. ....	47
Tabla 8. participación del área sembrada por tipo de cultivo.....	48
Tabla 9. Exportaciones y consumo local de aguacate Hass en Colombia.....	51
Tabla 10. Exportaciones aguacate por país destino.....	51
Tabla 11. Características de las principales variedades de aguacate cultivadas en Colombia. ....	52
Tabla 12. porcentaje del PIB de acuerdo al concepto .....	55
Tabla 13. Principales productores de aceite de aguacate en Colombia.....	58
Tabla 14. Importación de Grasas y Aceites vegetales de Rusia.....	60
Tabla 15. Exportación de Grasas y Aceites vegetales de Colombia. ....	60
Tabla 16. Resultados obtenidos por el método de extracción con disolvente, por variedad, disolvente y superficie.....	63
Tabla 17. Tabla nutricional aceite de aguacate. ....	67
Tabla 18. Comparativo Aceite de Oliva / Aguacate.....	67
Tabla 19. Método de extracción del aceite de acuerdo al ingrediente principal. ....	68
Tabla 20. Detalle de las características sociodemográficas de la población rusa. ....	72
Tabla 21. Distribución de población por edades. ....	76
Tabla 22. Composición de los hogares. ....	76
Tabla 23. Gasto de consumo de hogares 2014-2016.....	89
Tabla 24. Gasto por categoría. ....	90
Tabla 25. Costo del flete del contenedor por trayecto.....	97
Tabla 26. costo del contenedor de 40” por trayecto.....	98
Tabla 27. Frecuencia y tiempo de transito Colombia – Rusia. ....	100
Tabla 28. Frecuencia y Conexiones de aerolíneas Colombia – Rusia.....	102
Tabla 29. Comparativo de costos flete internacional .....	102
Tabla 30. Índice LPI.....	103
Tabla 31. Índice LPI.....	104
Tabla 32. Número de tiendas y localizaciones de los principales canales de distribución Rusa ....	116



### **Introducción**

Los productos de origen natural que beneficien el sano desarrollo del cuerpo humano se han venido convirtiendo en la preferencia de los consumidores quienes cada vez incluyen en mayor proporción en sus compras, productos naturales que ayuden a la prevención de enfermedades, al cuidado de la figura y aquellos cuyo uso se destina a la preparación de comida gourmet.

El aceite de aguacate Hass colombiano y sus comprobados beneficios para la salud se plantea como una alternativa con valor agregado a esta tendencia, de la mano con el creciente consumo y aceptación de aguacate Hass en el mundo y a la bonanza en la cosecha de esta fruta en el territorio nacional equivalente al 14% para el año 2018.

El presente estudio se realiza desde la perspectiva del plan nacional de desarrollo 2018 – 2022 que se traduce en un pacto por la equidad donde los ministerios en su conjunto y demás entidades adscritas y vinculadas han planteado su plan estratégico en torno a seis ejes: Entorno competitivo, productividad e innovación, inversión, emprendimiento y formalización, nuevas fuentes de crecimiento y fortalecimiento institucional.

Así mismo los proyectos de inversión establecidos por los ministerios en los planes de acción contempla:

- Implementación de instrumentos que mejoren la productividad y competitividad de las empresas para incrementar, diversificar y sofisticar la oferta nacional.
- Fortalecimiento de la política de productividad y competitividad a nivel nacional.

Con base en lo anterior, el marco teórico transversal es la política comercial estratégica que permite identificar las oportunidades que se presentan en los mercados y definir los planes de acción para la penetración de productos nacionales y extranjeros.

Se analizará en primer lugar, la evolución que ha tenido la producción de aguacate en Colombia y su creciente importancia dentro del sector agrícola nacional, identificando las variedades que se cultivan, las áreas y departamentos en donde está centralizada la mayor parte de la producción, las cifras de consumo interno y niveles de exportación de aguacate a otros países.

En segundo lugar, se plantea como se puede generar valor agregado mediante la elaboración de subproductos a partir del aguacate, promoviendo los beneficios y usos que tiene el aceite, sus propiedades, tabla nutricional y su conservación; se presentan los estudios efectuados de los diferentes métodos de extracción del aceite y las conclusiones de cual variedad de aguacate presenta un mayor rendimiento.

Se efectuará el estudio de las particularidades de Rusia, país que se proyecta como potencial para penetrar el mercado con el producto, se analizarán las variables socioeconómicas, la evolución del comercio internacional de Rusia, el contexto macroeconómico y el perfil del consumidor, para con esto identificar las oportunidades existentes para el producto en dicho país.

Se identificarán los pasos necesarios para adelantar el proceso logístico relacionado con la exportación del producto a Rusia, las condiciones de envase y embalaje, las diferentes opciones para el transporte internacional del producto y los costos relacionados con el proceso.

Con la información recolectada se plantearán las posibles estrategias necesarias para la comercialización del producto en el país destino, entendiéndolo desde: las normas fitosanitarias establecidas para este tipo de productos, los canales de distribución y aliados, promoción y marketing, precio, distribución, comunicación y logística.

**1. Planteamiento del problema**

Al comparar la producción de aguacate Hass en Colombia de los últimos años, se evidencia que ha pasado de 28.500 toneladas en 2014 a 98.050 en 2018 observando un incremento de 70.000 toneladas, equivalente a un aumento de la producción en un 244% (Agricultura, 2018).

La variación está justificada por la demanda del producto en los mercados internacionales principalmente Estados Unidos y Europa, razón por la cual las exportaciones presentaron un crecimiento al pasar de 1.408 toneladas en 2014 a 35.000 toneladas en 2018 lo que representa un incremento del 2385% una cifra que a todas luces revela la importancia del sector (Agricultura, 2018).

Se evidencia que Colombia tradicionalmente es un productor y exportador de materia prima, pues de acuerdo con la canasta exportadora para el año 2019 los seis primeros renglones de productos exportados fueron:

- Aceites crudos de petróleo
- Café y Especias.
- Piedras preciosas
- Flores
- Plásticos
- Frutas comestibles

En concordancia con lo anterior, el presente estudio centra su atención en la transformación del aguacate hass en aceite teniendo como referencia que las frutas comestibles ocupan el sexto renglón de la canasta exportadora Colombiana.

La alternativa planteada permite aprovechar los alimentos que estén con fecha corta y potencializar los usos en el campo alimenticio, cosmético y salud. De las 98.050 toneladas producidas en el país, el 64% son destinadas al consumo interno lo que permite concluir que existe un potencial de transformación del aguacate en subproductos que ofrezcan alternativas de uso y consumo con oportunidades para la exportación (Agricultura, 2018).

Colombia es un país que ha abierto su mercado a nivel internacional, tanto así que ha pasado de tener 8 acuerdos comerciales en el año 2010 a 16 en el año 2018, se puede evidenciar el apoyo gubernamental dadas las políticas de libre mercado que busca que la economía no dependa de los commodities, si no de productos que tengan transformación y por ende valor agregado.

Esta investigación orienta la estrategia a la Federación Rusa porque a pesar de su potencial ha sido un mercado poco explorado por los exportadores Colombianos, según cifras del año 2019 este país ocupó el puesto número 42 dentro del ranking de socios comerciales de Colombia, evidenciando que el primer socio comercial a través de la historia continua siendo estados Unidos de Norteamérica.

### ***1.1 Formulación de la pregunta del problema***

De acuerdo con el análisis de las variables presentadas, ¿Qué tipo de estrategias sectoriales se deben tener en cuenta para la exportación de aceite de aguacate Hass colombiano?

## **2. Objetivos**

### **2.1 *Objetivo General***

Analizar el aceite de aguacate hass colombiano definiendo las estrategias sectoriales para penetrar el mercado de la Federación de Rusia.

### **2.2 *Objetivos específicos***

- Realizar el análisis de la producción del aceite de aguacate hass en Colombia identificando su importancia en el sector agrícola.
  
- Analizar el perfil del consumidor del país destino teniendo en cuenta las condiciones económicas, sociales y políticas, estableciendo estrategias logísticas y de comercialización del producto.

## **3. Justificación**

El presente estudio evidencia la aplicación de análisis estratégico en un sector económico poco explorado a nivel nacional; lo que requiere la aplicación de método que evidencie la competitividad del producto como materia prima y transformado, análisis de los entornos aplicando teoría de negocios internacionales. Así mismo, se reconoce como estrategia de administración pública lo que se denomina teóricamente como “política comercial estratégica”.

Colombia ha planeado esta estrategia para el logro del plan nacional de desarrollo 2018 – 2022, permitiendo una propuesta de articulación entre las políticas nacionales y sectoriales centradas en la transformación de productos, comercialización y diversificación de mercados que para esta investigación se centra en el aceite de aguacate hass.

Este estudio fortalece la visión multidisciplinar de los investigadores y su sentido de responsabilidad con la sociedad, construyendo propuestas que pueden ser aplicables para el mejoramiento de la calidad de vida del sector aguacatero en Colombia y que evidencia el aporte

de la Universidad Santo Tomás en el proceso de formación de los Magíster en Administración para el fortalecimiento del sector real.

Teniendo en cuenta la naturaleza de la investigación, el estudio exploratorio es la metodología que nos permitirá encontrar la información oficial relevante, mediante la utilización de herramientas informáticas y búsquedas web para identificar y analizar las variables que influyen en el proceso de exportación de aceite de aguacate Hass colombiano al mercado ruso.

#### **4. Marco referencial**

##### ***4.1 Marco teórico desde la política comercial estratégica***

A continuación, se expone las tesis que plantean los defensores de la política comercial estratégica.

James Brander y Barbara Spencer desarrollaron la teoría de la política comercial estratégica en los años 70 e inicios de los 80; dicha teoría se fundamenta en el hecho que los gobiernos intervienen los mercados con medidas tradicionales y no convencionales, buscando que las empresas locales puedan enfrentar la competencia relacionada con la producción extranjera (Spencer, 2012).

El propósito de los gobiernos mediante la adopción de este tipo de políticas es el de aumentar el bienestar del país mediante el subsidio a las importaciones, cuyo trasfondo real es el de interponerse mediante la aplicación de medidas no arancelarias que ponen barreras para que se pueda llevar a cabo una competencia justa y equitativa (Saldaña, 2012).

La política comercial estratégica ha sido adaptada por el gobierno colombiano para apoyar a las empresas nacionales de forma que puedan enfrentarse a la competencia de los mercados internacionales. En general las ayudas prestadas por el estado son enfocadas al otorgamiento de créditos blandos, beneficios tributarios, cobertura de riesgos entre otros.

El estudio centra su atención en el análisis de la estrategia macroeconómica de política comercial de Colombia que permite la articulación entre el comercio internacional, comercio exterior y el subsector aguacatero.

Para que la propuesta estratégica este articulada con la política comercial definida por el estado colombiano, se presenta la descripción del plan nacional de desarrollo actual.

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018 – 2022 incluye el conjunto de acciones a adelantar por el gobierno nacional cuyo objetivo máximo es el logro de la inclusión social y productiva de los colombianos más vulnerables apoyado en los sectores de comercio, industria y turismo (Ministerio de Industria y Turismo, 2020).

En este sentido, el plan de acción establecido para el cumplimiento del PND tiene como objetivo aumentar las exportaciones no minero energéticas de bienes y servicios, atraer inversión extranjera directa de alto impacto, aumentar el número de visitantes no residentes y de pasajeros en cruceros internacionales, intervenir empresas para elevar sus niveles de productividad y financiar proyectos asociados a la economía naranja; impactando la economía nacional para que el país genere 1.6 millones de nuevos empleos, llegando a una tasa de desempleo del 7,9% y reduciendo la pobreza monetaria en cerca de 6 puntos porcentuales (Ministerio de Industria y Turismo, 2020).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como cabeza de sector, presenta su plan de acción 2020 formulado a partir de la Planeación Estratégica Sectorial 2019-2022, en conjunto

con sus patrimonios autónomos (Procolombia, Fontur, iNNpulsa y Colombia Productiva) (Ministerio de Industria y Turismo, 2020).

Cada uno de los patrimonios autónomos cumple una función definida y fundamental para dar cumplimiento al plan de acción 2020.

Procolombia se encarga de promover el turismo, la inversión extranjera y las exportaciones no minero energéticas, identificando oportunidades de mercado, diseñando estrategias de penetración de mercados, apoyando la internacionalización de las empresas con el diseño de los planes de acción haciendo contacto con los empresarios a través de actividades de promoción comercio, inversión y turismo internacional (Procolombia, 2020).

Fontur (Fondo de promoción turística) es un instrumento para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo el cual se ciñe a los lineamientos de política turística definidos por el ministerio de comercio, industria y turismo (Fontur, 2020).

Innpulsa es la agencia de emprendimiento e innovación del gobierno nacional que junto al ministerio de comercio, industria y turismo acompaña a los emprendedores de alto potencial en los procesos de innovación, de financiación para escalar estas empresas en el país y generar más desarrollo económico (Impulsa, 2020).

Colombia Productiva tiene como propósito la ejecución de la política industrial del país colaborando con la industria y sus empresas a aumentar la producción con mayor calidad y mejor valor agregado. Trabaja bajo siete ejes para cerrar brechas de crecimiento productivo (Colombia Productiva, 2020):

Transferencia de conocimiento y tecnología

Innovación y emprendimiento

Capital humano

Financiamiento

Encadenamientos productivos

Calidad

Comercio exterior

Del plan de acción anual 2020 podemos mencionar tres proyectos de inversión que tienen incidencia directa en el objeto de estudio de esta investigación como son:

- Apoyo al gobierno en una correcta inserción de Colombia en los mercados internacionales, apertura de nuevos mercados y la profundización de los existentes el cual cuenta con un presupuesto \$ 12.570.800.000 y está en cabeza del Viceministerio de Comercio Exterior (Ministerio de Industria y Turismo, 2020).

- Fortalecimiento de los servicios brindados a los usuarios de comercio exterior a nivel – nacional el cual cuenta con un presupuesto \$ 12.220.588.000 y está en cabeza del Viceministerio de Comercio Exterior (Ministerio de Industria y Turismo, 2020).

- Implementación de instrumentos que mejoren la productividad y competitividad de las empresas para incrementar, diversificar y sofisticar la oferta nacional el cual cuenta con un presupuesto \$ 25.000.000.000 y está en cabeza del Viceministerio de Desarrollo Empresarial (Ministerio de Industria y Turismo, 2020).

#### ***4.2 Marco teórico desde la perspectiva de producto***

Con el propósito de identificar el enfoque teórico desde la perspectiva del producto que será aplicado en el desarrollo de los objetivos planteados en el presente trabajo, se revisarán los

aspectos más relevantes de algunos teóricos que han tratado el tema de la internacionalización de las empresas:

Hansol Vernon en la Teoría del Ciclo del Producto (Vernon, 1966), efectuó una combinación de las perspectivas del comportamiento de cada empresa con la teórica clásica del comercio exterior, eliminando de esta forma el irrealismo de la teoría de la ventaja comparativa, introduciendo algunos conceptos como innovación, incertidumbre y economías de escala.

Además, analiza que las primeras actividades de valor agregado de una empresa se desarrollan en el país de origen basados en el ciclo del producto, ofreciéndole en un inicio en el mercado natural permitiéndole desarrollar actividades de innovación. Una vez se encuentre posicionado el producto se da inicio al proceso de exportación a otros mercados, tomando como fortaleza las ventajas de producción e innovación que ofrece el país de producción inicial.

Para facilitar el proceso de introducción de un producto, en primera instancia se seleccionan países similares al de origen relacionados con sus patrones de demanda del producto. Una vez el producto se estandariza y madura, la ventaja competitiva de la empresa tendrá que basarse en la habilidad que desarrolle para optimizar sus costos de producir.

Generalmente un producto que tenga éxito en ventas tiende a ser copiado por la competencia por lo que es importante reducir el costo de producirlo con el objetivo de poder competir en precios.

En el ciclo del producto en el cual la demanda se vuelve inelástica, se convierte en un factor muy importante la mano de obra por cuanto los mercados empiezan a crecer.

Cardozo, P., et. al. (2007), citando a Vernon (1966), resume las cuatro etapas del producto planteadas por Vernon son:

Etapas de Introducción: El producto es fabricado y vendido en el país donde fue creado.

Etapa de Crecimiento: Se orienta la comercialización de productos hacia países industrializados por lo que la actividad de exportación se consolida.

Etapa de madurez: Etapa en la cual la producción se enfoca en los países en donde se cuenta con un menor costo de mano de obra, existe saturación del mercado y el producto se encuentra desarrollado.

Etapa de Declive: En esta etapa la demanda del producto en el país de fabricación es nula por lo que la producción se hace en otros países.

Melin, L. (1992), enlazó el concepto de la internacionalización enfocada en el país (Teoría comercio internacional) con la enfocada en la empresa (Teoría inversión internacional), donde analiza la empresa, enfilándose en ubicar la unidad productiva, tomando como base que cuando los consumidores de un país cuentan con altos ingresos per cápita existen incentivos para la creación de nuevos productos que satisfagan una demanda exigente y que a su vez permiten ahorrar costos. (pp. 13-20)

Melin establece que la formulación de estrategias relacionadas con el proceso de internacionalización de la empresa abarca un cambio tanto de perspectivas como de posiciones, es una transformación relacionada con el alcance de la empresa, desarrollo, idea de negocio, orientación, estructura organizacional y enfoque de la gestión. Como conclusión se puede establecer que, para las empresas el proceso de internacionalización y la selección de mercados exteriores se constituye en una parte fundamental a considerar en su proceso de desarrollo estratégico.

Lo planteado en el trabajo está enfocado a efectuar el análisis estratégico del aceite de aguacate Hass, pasando directamente a lo que Vernon denomina la “*etapa de crecimiento del*

*producto*”, es decir que lo que se plantea es comercializar el producto directamente en Rusia como una alternativa de valor agregado de la gran demanda que está teniendo el aguacate hass.

Adicionalmente se pretende analizar las ventajas comparativas del producto respecto de otros similares que se encuentran en el mercado ruso y de esta forma establecer las estrategias de comercialización.

### **4.3 *Marco conceptual***

Para el tema de estudio y desarrollo de este documento se hace necesario acotar algunos términos que son claves para la investigación.

En primer lugar, es necesario profundizar en el concepto de análisis estratégico, proceso que se adelanta con el objetivo de efectuar la investigación del entorno de negocios en el cual se desenvuelve una empresa o sector productivo, así como el estudio de la propia organización, de manera que permita formular una estrategia para la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos.

Es importante para las empresas realizar un análisis estratégico periódico que sirva para identificar las oportunidades de mejora y aquellas que funcionan óptimamente con el propósito de incrementar la eficiencia y eficacia de la organización aumentando la capacidad de responder a los cambios del entorno.

Para plantear el análisis estratégico, las organizaciones deben dar respuesta a los siguientes interrogantes:

¿Cómo está constituido el mercado?

¿Cómo son los clientes activos en el sector?

Mediante el análisis estratégico, la empresa debe identificar el mercado en el cual desea competir y con esto definir una estrategia que le permita mantenerse vigente.

Cabrera, et. al. (2011), menciona que una de las formas de generar diferenciación es la competitividad cuando la entendemos como el resultado de la combinación del Estado, las compañías, los organismos intermediarios y la sociedad. La competitividad se observa entonces desde tres enfoques: competitividad país, región, industria y empresa. (p. 29)

Específicamente, en la competitividad país, se destacan las siguientes reflexiones:

- Enfocan su definición en cómo un producto satisface las exigencias de los consumidores en un mercado abierto y que adicionalmente genera crecimiento en el PIB y su PIB per cápita con una dinámica similar que sus socios. (Jones, et. al. 1998)
- Citan también a M. Porter (1993), quien estableció que la competitividad país es la fabricación de bienes y servicios con un menor precio y con mejor calidad que los competidores locales e internacionales lo que ocasiona beneficios para el pueblo donde desarrolla su actividad. (p. 17)
- Así mismo, tienen en cuenta la definición que da la Organización para el Crecimiento Económico y el Desarrollo (OECD) establece que la competitividad es el grado en que un país en ambiente de libre mercado y justa competencia, puede producir bienes y servicios acordes con las exigencias del consumidor internacional y que adicionalmente incrementa los salarios reales de la comunidad en el largo plazo.
- En cuanto a la competitividad de las regiones, toman el estudio de los drivers que tienen incidencia en el mejoramiento del desempeño de las regiones enfocaba en cómo se logran mejores condiciones de vida de sus habitantes, cuyo fin es la identificación de las deficiencias que se presentan y con esto efectuar el desarrollo de actividades que dinamicen la acción de la

ciudadanía, los municipios y el empresariado. También, se refieren a Krugman (1997) y Porter (1993), respectivamente, quienes, por separado, plantearon la idea de que la competitividad está relacionada con las variables que desarrollan la industria, región y país, y concluyen que las que compiten no son las naciones, sino las compañías; es por esto que lo que hace que un país sea competitivo es el desempeño de las empresas que hacen parte del aparato productivo. (Gómez, 2016), de acuerdo a esas tres aristas, indica que no se puede lograr esto sin la globalización la cual es parte genuina en el proceso y se efectúa mediante la integración del comercio, la economía las finanzas y las comunicaciones, lo cual requiere de un cambio de la perspectiva nacional a una más amplia relacionada con mercados interdependientes y con alto grado de conexión dada por la libre transferencia de bienes y servicios, así como capitales fuera de las fronteras del país.

El proceso de globalización visto desde la perspectiva de los países en vía de desarrollo tiene por objetivo la búsqueda del crecimiento de su economía el cual requiere del ajuste de las sociedades a axiomas económicos que buscan solucionar la pobreza y el atraso de los países.

Araya, (2009), agrega que por esto se vuelve importante en adelante en el contexto de las empresas, la internacionalización que parte de cómo la misma participa de la globalización de los mercados por lo que requiere efectuar la proyección de sus actividades para enfrentar un entorno internacional cuyos objetivos son:

- Penetración de nuevos mercados.
- Reducción de Costos de producción.
- Proceso de producción y distribución más eficiente.

En el desarrollo de la cadena logística es necesario aterrizar cuatro aspectos que se hacen relevantes para el entendimiento y desarrollo de las operaciones desde los países de origen y destino.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE, (2017), Para el país de origen que se define como el lugar en el cual fueron fabricados o diseñados los productos o servicios a los cuales en el momento de efectuar el proceso de exportación serán aplicadas las diferentes tarifas aduaneras por el país receptor. Para el país de origen se define al receptor de los bienes o servicios producto de las exportaciones y se constituye en el último país donde los bienes y servicios serán entregados.

Giraldo, M. y Henao, G. (2011), explican que es importante tener en cuenta los tratados de libre comercio entre naciones que van en línea con el auge de los procesos de globalización económicos, los países han optado por efectuar acuerdos comerciales que faciliten el intercambio comercial y brinden garantías a los países participantes para que el aparato productivo se desarrolle fomentando una mayor diversificación de productos con innovación, precios razonables y buena calidad. Los tratados comerciales son una herramienta que busca incrementar el volumen de bienes provistos a los cuales accede una sociedad, asegurando mercados objetivos y fomentando la libre competencia. (p. 15)

El DANE (2017), aclara que esto, estará enmarcado en los acuerdos comerciales que regirán el desarrollo de operaciones entre las organizaciones que hacen parte del aparato productivo de los países que lo conforman. Estos parámetros están relacionados con las medidas arancelarias y no arancelarias que un estado impone con el objetivo de proteger a los sectores económicos que podrían estar en desventaja. Este tipo de acuerdos tienen una temporalidad y un clausulado que garantiza el correcto desarrollo de los negocios entre las partes.

#### **4.4 Marco normativo**

##### **4.4.1 Acuerdos Comerciales de Colombia.**

La revista Portafolio (2018), publicó un informe según el cual, el gobierno de Colombia durante los últimos años ha enfocado su política exterior hacia la integración con otros mercados, razón por la cual se ha duplicado el número de tratados suscritos, al pasar de 8 en el año 2010 a 16 en el año 2018.

Estos acuerdos generaron un incremento potencial en el número de consumidores de los productos producidos en Colombia, pues se pasó 490 millones en 2010 a 1.500 millones de consumidores potenciales en 2018, diversificando además el tipo de productos exportados pues no solo se exportó petróleo, café, banano y flores que eran los productos insignia de Colombia, sino que además se exportó aguacate, piña, cacao, carne bovina, tabaco, hortalizas y confecciones entre otros.

Por su parte, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo informó en 2019 que los acuerdos comerciales suscritos por Colombia se han dado con la mayor parte de los países tanto de la región como de otras partes del mundo (ver Tabla 1).

Tabla 1. *Acuerdos comerciales firmados por Colombia con otros países o bloques.*

<b>Acuerdo</b>	<b>Firmado</b>	<b>Entró en Vigencia</b>
TLC entre México y Colombia	13-06-1994	01-01-1995
TLC entre Colombia y El Salvador, Guatemala y Honduras	09-08-2007	Guatemala 12-11-2009 Salvador 01-02-2010 Honduras 27-03-2010
Comunidad Andina de Naciones	26-05-1969	16-10-1969
Comunidad del caribe CARICOM	24-07-1994	01-06-1998
TLC Chile y Colombia	27-11-2006	08-05-2009
TLC Colombia y los estados AELC	25-11-2008	01-07-2011
Acuerdo de promoción comercial Colombia - Canadá.	21-11-2008	15-08-2011
<b>Acuerdo</b>	<b>Firmado</b>	<b>Entró en Vigencia</b>
TLC Colombia – Estados Unidos	22-11-2006	15-05-2012
Colombia - Mercosur	21-07-2017	Argentina 20-12-2017 Brasil 20-12-2017 Uruguay 11-06-2018 Paraguay 29-01-2019
Colombia - Venezuela	15-04-2012	19-10-2012
Colombia – Cuba	15-09-2000	10-07-2001
Unión Europea – Colombia y Perú	26-06-2012	18-07-2013
Alianza del Pacifico	06-06-2012	06-06-2012
TCL Colombia- Costa rica	22-05-2013	29-07-2016
Colombia - Corea	21-02-2013	26-12-2014
Acuerdo comercial Colombia – Federación usa	18-10-1995	04-08-1998

**Nota.** El estado colombiano ha hecho esfuerzos por tener acuerdos comerciales con la mayor parte de países para ampliar el mercado tanto en la exportación como en la importación de productos. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincomercio] (2018), Acuerdos TLC Colombia. Acuerdos Vigentes. <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>.

En la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNCTAD) celebrada en 1961, se otorgaron beneficios arancelarios a las exportaciones de productos con origen en los países en vías de desarrollo, sin que exista ninguna reciprocidad por parte de los países considerados desarrollados, con el objetivo de incentivar las exportaciones, la industrialización así como mejorar los ingresos en los países beneficiarios (Legiscomex, 2003).

El SGP actualmente consta de 16 esquemas de beneficios diferentes, que son aplicados por 27 países, cada uno independiente, pero con elementos en común. Existen cerca de 138 países beneficiarios del SGP (Legiscomex, 2003).

Actualmente los países en desarrollo miembros del grupo de los 77, son reconocidos como beneficiarios en la mayoría de los esquemas.

El beneficio del SGP consiste en que los países beneficiarios obtienen un descuento del 25% del arancel a la nación más favorecida (NMF). Dentro de los productos a los cuales se le otorgan preferencias se encuentran las grasas y aceites animales y vegetales (Legiscomex, 2003).

En la Lista de Beneficiarios del SGP publicada por la UNCTAD en el 2018, los siguientes países otorgan a Colombia beneficios arancelarios: Australia, Bielorrusia, Japón, Kazajistán, Nueva Zelanda, Federación Rusa y Turquía. Sin embargo, por la entrada en vigor de los acuerdos comerciales con Canadá, AELC y la Unión Europea, Colombia fue excluida de los esquemas del SGP de los Países Parte en esos acuerdos (DIAN, 2020).

Colombia ha venido desarrollando acuerdos de cooperación con el gobierno ruso en ámbitos culturales, migratorios, aduaneros, derechos humanos, tráfico de estupefacientes, así como en temas comerciales. Es así que el 18 de octubre de 1995, en Cartagena se suscribió el convenio

con la Federación Rusa y fue adoptado por la legislación colombiana mediante la ley 459 del 04 de agosto de 1998. Este acuerdo es una oportunidad para Colombia teniendo en cuenta que Rusia importa el 70% de los alimentos que consume.

A la hora de efectuar exportaciones de productos a la Federación Rusa, es importante tener en cuenta el compendio de normas en materia de comercio exterior que han sido implementadas y que a la fecha permanecen vigentes.

#### **4.4.2 Normatividad Régimen Comercio Exterior Ruso.**

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las normas relacionadas con el comercio exterior que ha implementado el gobierno ruso son básicamente las siguientes:

- Código Aduanero de la Federación Rusa de 28 de mayo de 2003, No. 61-FZ (última modificación de 18 de febrero de 2006).
- Ley de Control de Exportaciones de 18 de julio de 1999, No. 183-FZ (última modificación de 18 de julio de 2005).
- Ley de Bases de Regulación Estatal del Comercio Exterior de 8 de diciembre de 2003, No.164-FZ (última modificación de 2 de febrero de 2006).
- Ley Federal de Medidas Especiales de Defensa, Medidas Antidumping y Compensatorias en la Importación de Mercancías de 8 de diciembre de 2003, No. 165-FZ.
- Ley Federal de 14 de abril de 1998, No. 63-FZ (última modificación de 8 de diciembre de 2003) de Defensa de los Intereses Económicos de la Federación Rusa en Relación con el Comercio.
- Ley de Regulación Técnica de 27 de diciembre de 2002, No. 184-FZ (última modificación de 9 de mayo de 2005).

- Ley de Regulación y Control de Cambios de 10 de diciembre de 2003, No. 173-FZ (última modificación de 30 de diciembre de 2006).

Adicionalmente, es importante tener en cuenta que los fabricantes extranjeros que deseen introducir productos al mercado ruso, tienen la necesidad de ser apoyados en la solicitud del Certificado de Conformidad EAC tal y como se detalla a continuación.

***Normatividad EAC y GOST (Rusalia, 2019).***

En las negociaciones para el ingreso de productos colombianos a Rusia, los socios comerciales de ese país generalmente requieren la marcación de los productos de acuerdo con la normatividad EAC para lo cual, los productos deben tener un Certificado EAC o un Certificado GOST, incluso en ocasiones piden ambos.

Los principales puntos que se deben tener en cuenta para conseguir estos certificados son:

- **La normativa EAC**

La Unión Europea cuenta a su vez con otra Unión que tiene un funcionamiento parecido pero esta unión fue creada hace menos tiempo la cual es integrada por Rusia, Bielorrusia, Kazajistán, Kirguistán y Armenia.

Esta Unión se llama Unión Económica Euroasiática (UEE), creada en 2015 pero su funcionamiento inicial fue en 2010 con sus primeros miembros a saber: Rusia, Bielorrusia y Kazajistán, que adoptaron un único código de aduanas.

El principal objetivo de esta unión es el de facilitar el comercio entre las naciones que lo conforman mediante la eliminación de barreras y adoptando normas comunes en relación con la seguridad, mitigación de riesgos, etiquetado, producción, calidad, entre otros.

Por lo anterior, para que un producto pueda comercializarse en este mercado, requiere el cumplimiento de las normas de la comunidad denominada “normativa EAC” (EuroAsiatic Community).

- **Normas que componen la normativa EAC**

La normativa de la UEE la conforman 36 Reglamentos Técnicos que fueron elaborados en los años 2011 y 2013.

Estas normas regulan varios sectores importantes para sus economías como son ferrocarriles, comercio de carnes y lácteos, adoptando normas para el embalaje, así como el manejo de la pirotecnia y los explosivos.

Se trata de un corpus normativo limitado, pero que abarca tantos ámbitos que resulta muy probable que una empresa que quiera vender a Rusia tenga que certificar sus productos en base a la normativa EAC.

- **Características normativas - Euro Asiatic Community (EAC)**

Variaciones importantes de la normativa EAC:

- La primera característica es la que más se destaca y, consiste en que la empresa exportadora debe apoyarse para los trámites en una empresa solicitante, la cual debe ser residente en los países de la unión Euroasiática. La empresa solicitante hace las veces de importador, en algunos casos de distribuidor o como empresa que maneje la certificación. El exportador en este caso se desentiende de la documentación y reduce costos, le entregará la exclusividad a la empresa solicitante, que será la dueña de las certificaciones. Esta es una decisión que toman en confianza el importador y el exportador.
- Otra de las variaciones de esta normativa EAC es la necesidad del Pasaporte Técnico, este es un manual de uso el cual va seguido al producto y está dentro del proceso de la

certificación contemplado para la distribución comercial. Adicionalmente incluye como posibilidad realizar revisiones en instalaciones de la empresa donde se fabrica a través de autoridades comunitarias.

- **Tipología Certificación EAC (Certificado o Declaración)**

Se cuentan con dos tipos de certificación EAC la primera es la declaración de conformidad y la segunda es el certificado.

a) Para la Declaración de conformidad los documentos que se debe reunir son sencillos, básicamente son datos técnicos del producto se deben diligenciados debidamente (ver Figura 1).

Figura 1. Certificado EAC, utilizado para dar conformidad a la exportación del producto.



**Nota.** El formato, editado en ruso, solicita unos datos muy concretos, sin embargo, lo más relevante es la importancia que tiene la firma del representante legal o de quien responde por la transacción comercial. Eurasian

Conformity Mark (2020). *Certificado EAC*. International Financial Consulting Group, Ltd. <https://www.ifcg.ru/en/services/docs/tr/eac-certificates-declarations/>.

- b) Para el certificado EAC se requiere un poco más de información; como pruebas de laboratorio que confirmen los atributos del producto, (ver Figura 2).

Figura 2. *Certificado con las pruebas de laboratorio realizadas.*



*Nota.* La validez de la declaración de conformidad y el certificado puede durar hasta 5 años. Esto varía de acuerdo al producto. La emisión de los documentos oscila entre 1 y 45 días. Eurasian Conformity Mark (2020). *Certificado EAC*. International Financial Consulting Group, Ltd. <https://www.ifcg.ru/en/services/docs/tr/eac-certificates-declarations/>.

### *Mercado EAC*

Después de acreditado el producto en cumplimiento a la normatividad EAC se requiere realizar el rotulado EAC, este consiste en agregar el Logo EAC a la etiqueta del producto.

Este va en fondo blanco – letras negras o fondo negro - letras blancas, lo único que se debe garantizar es que este logo cuente con un ancho de 5 milímetros como mínimo. (ver Figura 3).

Figura 3. Detalle del rotulado que debe ubicarse en el logo EAC.



*Nota.* El rotulado consiste en agregar el Logo EAC a la etiqueta del producto. Eurasian Conformity Mark (2020). *Certificado EAC.* International Financial Consulting Group, Ltd. <https://www.ifcg.ru/en/services/docs/tr/eac-certificates-declarations/>.

## **2. Normativa GOST**

La normativa GOST del ruso (Государственный Стандарт) y en Ingles (Gosudarstvenny Standart), traduce «estándar estatal o norma estatal». Estos certificados GOST operan como permisos de exportación y aproximadamente están desde hace un siglo manejándose. Para el caso de Rusia se acompañan de una letra que identifica el país en el cual se emite; ejemplo; GOST-R pertenecen a Rusia.

### ***2.1. ¿En qué casos la certificación se realiza con las normativas nacionales en vez de las comunitarias?***

Para todos aquellos que no se consideren una competencia comunitaria (que no hacen parte de los 36 Reglamentos técnicos de la Unión Económica Euroasiática), estos se manejarán a través de las normativas nacionales, por lo cual si se requiere exportar a Rusia productos que no estén dentro de la normativa comunitaria, se deberá acudir a una certificación GOST.

Para los productos que quedan por fuera de las normativas comunitaria, que pueden por diversas razones, algunos como: temas de seguridad y también de prevención de riesgos para los países que sean miembros de la UEE, estos mantienen y pactan algunas normas comunes. Similar a lo que sucede en los temas de calidad y nuevas tecnologías.

Uno de los ejemplos más habituales de tipo GOST-R, son todos aquellos certificados relacionados con productos contra incendios, los cuales son un requisito obligatorio para realiza una exportación. Adicional a estos certificados se requiere la certificación EAC.

### ***2.2. Declaración o Certificado GOST***

Existe dualidad entre la Declaración de conformidad y el Certificado en la normativa de tipo GOST, para este caso su validez como máximo para 3 años.

### ***2.3. GOST es obligatorio o voluntario***

Este aspecto en la normativa GOST cuenta con la posibilidad de gestionar la certificación de forma optativa y se usa con el objetivo de certificar la calidad del producto. En algunos casos los importadores rusos solicitan al exportador este documento a manera de confianza. En otros casos es el fabricante quien lo incluye a manera de estrategia. Pero actualmente la gran mayoría de estos certificados de tipo GOST se expiden de manera voluntaria.

## ***4.5 Marco metodológico***

### **4.5.1. Enfoque del estudio**

El presente estudio tiene un enfoque cualitativo con un alcance exploratorio, descriptivo y analítico.

El tipo de investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explotandolos desde la perspectiva de los participantes, en un ambiente natural y en relación con su contexto. El propósito de este enfoque es examinar cómo los individuos perciben y experimentan los fenómenos a su alrededor, profundizando en los puntos de vista, en las interpretaciones y en los significados (Hernandez Sampieri, 2014).

El objeto de esta investigación relacionada con el análisis estratégico del aceite de aguacate hass, es un tema poco estudiado, adicionalmente la exploración de un mercado como es el de la Federación Rusa no tiene antecedentes documentales, lo que sustenta que el trabajo realizado tiene un enfoque cualitativo y exploratorio como se describe a continuación.

Derivado de lo anterior, se plantea darle un alcance de tipo exploratorio, el cual es realizado cuando el propósito es examinar un problema poco estudiado e investigado, se tengan

dudas o que no se hayan abordado antes. Este estudio es muy utilizado cuando en la revisión preliminar de la literatura arroja que tan solo hay guías no investigadas o ideas muy superficiales del problema o del estudio (Hernandez et al, 2014).

Por las características del proyecto también es necesario llevar a cabo una investigación de carácter descriptivo.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y perfiles de personas, procesos, comunidades, grupos o algún otro fenómeno que sea parte de un análisis. Este tipo de estudio únicamente pretende medir la información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a que se refieren. En la investigación de tipo descriptivo-exploratorio, los resultados que se obtengan darán una aproximación a los acuerdos existentes entre Colombia y Rusia y las oportunidades de ingresar al mercado objetivo (Hernandez et al, 2014).

El enfoque analítico se basó en la recolección de datos, organización, clasificación y análisis de los aspectos con incidencia directa en el objeto de la investigación.

#### **4.5.2 Tipo de análisis**

El tipo de análisis utilizado en el presente estudio ha sido de tipo documental y comparativo teniendo en cuenta lo siguiente.

El análisis documental es una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación. Comprende el procesamiento analítico- sintético que, a su vez, incluye la descripción bibliográfica y general de la fuente, la clasificación, indización, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas (Dulzaides & Molina, 2004).

Para la realización del presente trabajo fue necesario efectuar el análisis de una serie de información recolectada sobre el objeto de estudio, organizarla, clasificarla y reseñarla con el objetivo de salvaguardarla.

Por otro lado, se efectuó la aplicación del método comparativo, que como cualquier método científico requiere un cierto proceso que tiene un punto de partida y una cierta secuencia lógica. Para conducir una investigación comparativa es necesaria la configuración de una estructura teórica que sirva de apoyo para el desarrollo del problema planteado lo cual debe extraerse de estudios y trabajos previos sobre el objeto. Para la presente investigación fue necesaria la aplicación de este método, tomando como punto de partida la definición del problema soportado en el análisis en estudios previos realizados y en la evolución de cifras de desempeño de las variables analizadas identificando tanto las diferencias como las semejanzas

#### **4.5.3 Recolección de información**

Los instrumentos de recolección se basaron en fichas de revisión bibliográfica y rúbricas que permitieron realizar el análisis comparativo integrando los datos cualitativos y cuantitativos.

Dado que la recolección de datos se refiere al enfoque sistemático de reunir y medir información de diversas fuentes a fin de obtener un panorama completo y preciso de una zona de interés, en el desarrollo del presente trabajo se efectuó la búsqueda de la información utilizando fuentes primarias en la web, páginas gubernamentales, páginas con información estadística, artículos de prensa, tesis universitarias y artículos de investigación sobre temas relacionados con exportación de aguacate y sus derivados.

#### **4.5.1 Proceso de Investigación.**

El proceso de investigación se basó en un estudio exploratorio como se describió anteriormente, se realizó la recopilación, selección y clasificación de información en los instrumentos diseñados para tal efecto. Igualmente, se realiza una descripción y comparativo de la información que permite el logro del objetivo 1 : “Realizar el análisis de la producción del aceite de aguacate hass en Colombia identificando su importancia en el sector agrícola.” así mismo se realizó el análisis de la información técnica y científica que permitió el aporte para la construcción del resultado del objetivo 2 “Analizar el perfil del consumidor del país destino teniendo en cuenta las condiciones económicas, sociales y políticas, estableciendo estrategias logísticas y de comercialización del producto”, finalmente por medio del marco teórico se logra una interpretación deductiva que permite la propuesta de hoja de ruta para la comercialización.

### **5. Desarrollo del sector de la producción del aguacate y aceite de aguacate Hass en Colombia**

#### **5.1 Aguacate**

El aguacate pertenece a la familia de las plantas Lauráceas. Estas son originarias de Guatemala, México y parte de algunos países de Centro América. Se reconoce por su gran crecimiento a nivel vegetativo y alcanza alturas entre los 10 y 12 metros. Las raíces de esta planta son superficiales debido a que absorben nutrientes y agua a través de las puntas en sus tejidos primarios por lo que la planta es muy susceptible a hongos debido a su exceso de humedad.

La planta cuenta con ramas abundantes, frágiles y delgadas, estas son susceptibles a quemaduras por los rayos de sol y a las bajas temperaturas, no soportan mucho peso por carga de

frutos y se rompen con facilidad por fuertes vientos. Las hojas al final de las ramas toman un color rojo y cuando ya están en su madurez se vuelven lisas de un verde intenso.

La polinización para las regiones tropicales, cálidas y templadas en estas plantas resultan bajo el método de auto-fértiles, un ejemplo de esto son las plantaciones de Hass de Guatemala donde no requieren procesos de polinización.

Esta fruta hace parte de las drupas carnosas con forma ovoide, elíptica y globular un poco alargada. Sus colores varían desde el verde oscuro hasta el verde claro y en algunas variedades desde el negro al violeta. La estructura de esta fruta está formada por pulpa, semilla en su centro y cascara (ver tabla 2).

Tabla 2. *Características por variedad de aguacate.*

Raza	Altura	Temperatura	Altitud	Peso	Contenido Graso	Contenido de Azúcar	Variedad
Antillana	Menor a 1.000 msnm	Entre 18°C y 26°C	Entre 75 mm y 250 mm	Entre 250 gr y 2.500 gr	Entre 5% y 15%	0.05	Lorena, Peterson, Wilson Simmonds, Booth 8, Catalina, Criollo
Guatemalteca	Entre 1.000 y 2.000 msnm	Entre 4°C y 19°C	Entre 75 mm y 250 mm	Entre 120 gr y 1.500 gr	Entre 5% y 15%	0.05	Guatemala, Linda, Reed, Itzama, Fujikawa, Hall
Mexicana	De mas de 1.700 msnm	Hasta 2,2°C	Entre 30 mm y 80 mm	Entre 80 gr y 250 gr	Hasta el 30%	0.02	Azteca, Fuerte, Nabal, Ettinger, Bacon, Duke.

**Nota.** Las tres razas de aguacate y sus variedades presentan características físicas de acuerdo a la ubicación geográfica del cultivo. Agromática. (2020). *Variedades de Aguacate*. Agromatica. <https://www.agromatica.es/variedades-de-aguacate>

Ovalle, F. y Vera. C. (2011), en su tesis de postgrado “Propuesta de Estudio de Pre Inversión para la Diversificación de Cultivos Finca Casablanca Vereda Guane, Municipio de Sasaima-Cundinamarca”, retomando a la Asociación Nacional de Café [ANACAFE] de

Guatemala (2004), describen cómo entre las características distintivas se toma en cuenta la época de floración y recolección, el período de floración recolección, el peso y tipo de corteza de la fruta, el contenido de aceite de la pulpa y la resistencia al frío. El aguacate contiene: -Vitaminas: E, A, B1, B2, B3, D, y en menor cantidad C, -Minerales: muy rico con 14 variedades destacan: hierro, fósforo y magnesio. -Otros: Ácido fólico, Niacina y Biotina.

### 5.1.1 Producción a nivel mundial.

La producción del aguacate se da en los cinco continentes en las zonas tropicales y subtropicales. La gran parte de estos se ubican en América, donde como primer productor se ubica México (esté siendo también el primero a nivel mundial); le siguen Perú, Colombia, Chile, Indonesia, Estados Unidos, China y Etiopía.

Por su parte, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2018), reportó para ese año, que el país alcanzó el cuarto puesto en cantidad de toneladas producidas, con un volumen de 403.184 toneladas (ver Tabla 7).

Tabla 3. *Producción de aguacate Hass por país.*

	Pais	Produccion Toneladas
1	Mexico	2.021.609
2	Republica Dominicana	643.443
3	Peru	487.272
4	Colombia	403.184
5	Indonesia	326.284
6	Brasil	209.176
7	Kenya	188.368
8	Estados Unidos	184.714
9	Chile	146.981
10	Otros	1.078.954

*Nota.* Los 10 principales productores de aguacate hass en el mundo están ubicados en Latinoamérica. Minagricultura. (2018). *Cadena de Aguacate Indicadores e Instrumentos*. Minagricultura. <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-08-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>.

También, el DANE (2014), dio a conocer que en el país la distribución de las variedades de aguacate esta de la siguiente manera:

- 49% Aguacates Criollos
- 26% Aguacate Hass
- 25% Aguacate tipo (Papelillo, Lorena, Santana, Choquette, Booth 8, Semil 40, Edranol y Trinidad).

De todas, como se aprecia en la tabla 10, la producción para consumo no ha tenido variaciones, en cambio, las exportaciones están registrando un incremento evidente.

### **5.1.2 Producción del aguacate en Colombia.**

El desarrollo de los cultivos de aguacate en Colombia, ha crecido a un ritmo promedio de 28.600 toneladas por año en los últimos 5 años, sin embargo, se evidencia que durante los últimos dos años el volumen de producción ha crecido en 60.000 toneladas.

Para el año 2018 la producción de aguacate en el país se sitúa en 403.184 toneladas, ocasionado por la demanda internacional y el consumo interno del producto.

Colombia ocupa el cuarto lugar como país productor en el Ranking mundial y el tercer lugar en área cosechada lo cual lo ubica con el 6% del total del área en el mundo.

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural [Minagricultura] (2018), hizo saber que, en los meses de más producción, la competencia directa en el mercado internacional está en Arabia Saudita y Egipto, esto debido a que sus costos de producción son menores y por esto dominan el mercado en Europa, siendo este el mayor destino de exportación de aguacate.

Para Colombia las importaciones por concepto de este producto disminuyeron un 96% para los últimos 4 años. En 2014 fueron 3.128 toneladas y en el 2017, 133 toneladas.

Por el contrario, las exportaciones de aguacate incrementan exponencialmente para el mismo periodo. En 2014 se exportaron 1.760 toneladas y en 2017 se pasó a exportar 28.487 toneladas.

El 86% del terreno sembrado se localiza en los departamentos de Quindío, Risaralda, Valle del Cauca, Cesar, Bolívar, Santander, Caldas, Antioquia y Tolima; siendo este último el de mayor participación en producción con el 27%.

El Minagricultura (2018), resaltó como datos destacados, que en el país existen aproximadamente 13.000 productores los cuales están ubicados en 18.119 unidades productivas cuya actividad principal económica es el cultivo de aguacate. Adicionalmente se estiman 54.000 personas que se vinculan de forma directa o indirecta con la cadena productiva del aguacate.

Producción Cifras Nacionales (Total Aguacate) (Ver Tabla 3).

Tabla 4. *Producción Nacional de aguacate 2014-2018.*

Variable	2014	2015	2016	2017	2018
Area Total (Ha)	49.056	52.782	59.705	68.661	73.986
Produccion (Ton)	288.739	309.852	343.295	375.906	403.184

*Nota.* En la tabla se puede apreciar cómo el cultivo de aguacate en Colombia ha adquirido un interés creciente, lo que se puede interpretar del incremento de áreas destinadas a este fin. Fondo Nacional de Fomento Hortifrutícola Asohofrucol (2018). *Evaluaciones Agropecuarias Municipales*. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. <https://www.datos.gov.co/Agricultura-y-Desarrollo-Rural/Evaluaciones-Agropecuarias-Municipales-EVA/2pnw-mmge>.

En los últimos 4 años el área de siembra de aguacate aumentó alrededor del 51% en número de hectáreas en todo el territorio nacional. Esto derivado del incremento en la demanda de la variedad de aguacate Hass en Colombia y en los mercados internacionales.

La producción en los últimos 4 años (2014 -2018) incrementó el 39% ocasionado por el aumento del consumo, las exportaciones, mejora en los procesos de producción y en la cadena de suministro (ver Tabla 5).

Tabla 5. *Cifras de producción Nacional de aguacate hass 2014-2018*

Variable	2014	2015	2016	2017	2018
Area Total (Ha)	7.800	8.765	11.860	13.500	15.531
Area Productiva (Ha)	4.385	7.429	8.667	9.625	10.584
Produccion (Ton)	28.500	52.000	65.000	77.000	98.050
Rendimiento (Ton)	6,5	7,0	7,5	8,0	9,3

*Nota.* de la lectura que se hace de la entrada masiva en el mercado del aguacate hass, se aprecia un incremento sostenido en el consumo, que a su vez deriva en motivaciones para el agricultor.

ASOHOFRUCOL Evaluaciones Agropecuarias Municipales. (2018).

<https://www.datos.gov.co/Agricultura-y-Desarrollo-Rural/Evaluaciones-Agropecuarias-Municipales-EVA/2pnw-mmge>.

La Variedad de aguacate Hass equivale al 21% de la totalidad del área sembrada de aguacate en general.

Aproximadamente el 68% del área sembrada está en edad productiva, el restante se encuentra en edad de desarrollo. Con lo anterior se estima que la producción de aguacate crezca paulatinamente año a año. Sin embargo, esto está condicionado por la vocación agrícola por departamento (ver Tabla 6).

Tabla 6. *Cifras de producción Nacional de aguacate Hass por departamento.*

Departamento	Area Total	Area Productiva	Produccion	Rendimiento
Tolima	4.138	2.820	28.197	10.0
Caldas	3.537	2.410	21.209	8.8
Antioquia	2.619	1.785	18.917	10.6
Quindio	1.818	1.239	10.532	8.5
Valle del Cauca	1.252	853	7.079	8.3
Risaralda	1.033	704	6.475	9.2
Otros	1.134	773	5.641	7.3
<b>Total</b>	<b>15.531</b>	<b>10.584</b>	<b>98.050</b>	<b>9.3</b>

*Nota.* El terreno destinado para el cultivo de aguacate hass depende de los estímulos gubernamentales, de las condiciones del suelo y del clima. *ASOHOFrucol*. Evaluaciones Agropecuarias Municipales. (2018). <https://www.datos.gov.co/Agricultura-y-Desarrollo-Rural/Evaluaciones-Agropecuarias-Municipales>. Cálculos DCAyF – MADR.

En el 2018 se presentó una producción de 98.051 toneladas con un rendimiento por hectárea de 9.3 toneladas, desagregadas, de acuerdo con la tabla 8, se sugiere que la cantidad de cosechas al año varía según el territorio (ver Tabla 7).

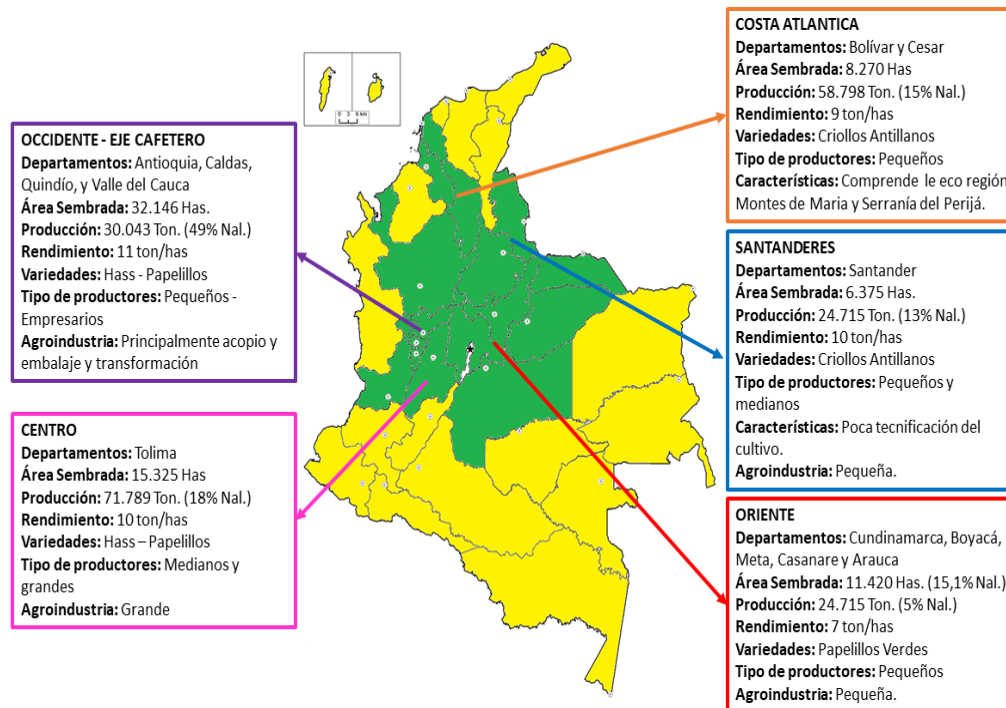
Tabla 7. *Calendario de cosechas por departamento aguacate hass.*

CALENDARIO COSECHAS AGUACATE HASS												
Departamento	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Antioquia	Hass		Hass								Hass	
Caldas		Hass									Hass	
Cauca										Hass		
Risaralda		Hass									Hass	
Quindio		Hass									Hass	
Tolima	Hass				Hass						Hass	
Valle del Cauca											Hass	

*Nota.* El departamento de Antioquia mantiene un ritmo constante con más cosechas al año, sin embargo, Caldas, con menos cosechas, genera más producción. *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo* [Mincomercio]. Programa de Transformación Productiva. (2013). <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-sectorial/programa-transformacion-productiva-regional>.

De acuerdo al calendario de cosechas, el país tiene disponibilidad de esta fruta durante todo el año, el tope de cosecha se tiene para los meses de octubre a enero (ver Figura 4).

Figura 4. Zonas de cultivo de aguacate en Colombia.



*Nota.* Los principales departamentos productores de aguacate en Colombia. *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas* [DANE]. Encuesta Anual Manufacturera. (2017).

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin\\_eam\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2017.pdf).

### 5.1.3 Participación área sembrada aguacate en sector agrícola

De acuerdo con el Censo Nacional Agropecuario realizado en el año 2014, en Colombia existen 2.463.538 unidades productivas agropecuarias (UPA) de las cuales 393.442 (16%) corresponden a cultivos frutales (DANE, 2014).

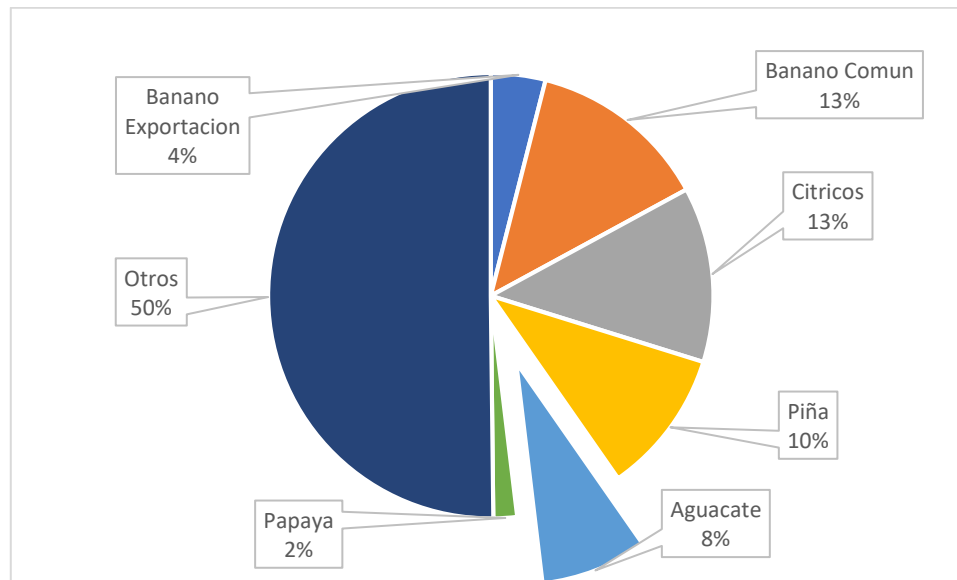
Tabla 8. participación del área sembrada por tipo de cultivo.

Tipo de Cultivo	UPA	Area Sembrada	%UPA	%Area Sembrada
Cultivos agroindustriales	860,147	3,006,466	35%	35%
Platano y tuberculos	639,655	1,912,342	26%	22%
Cultivos frutales	393,442	1,260,641	16%	15%
Cereales	261,546	1,372,480	11%	16%
Flores, follajes y hortalizas	308,748	1,025,080	13%	12%
	<b>2,463,538</b>	<b>8,577,010</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Inventario Agropecuario Unidades de Producción Agropecuaria  
<https://sitios.dane.gov.co/cna-dashboard/#/national>

Del total de área sembrada en el país 8.577.010 hectáreas, 1.260.641 están destinadas a los cultivos frutales dentro de los cuales se encuentra el aguacate (DANE, 2014).

Figura 5. Área Sembrada Cultivos Frutales



*Nota.* Participación del aguacate en el área sembrada de los cultivos frutales  
Elaboración propia compilada de (DANE, 2014).

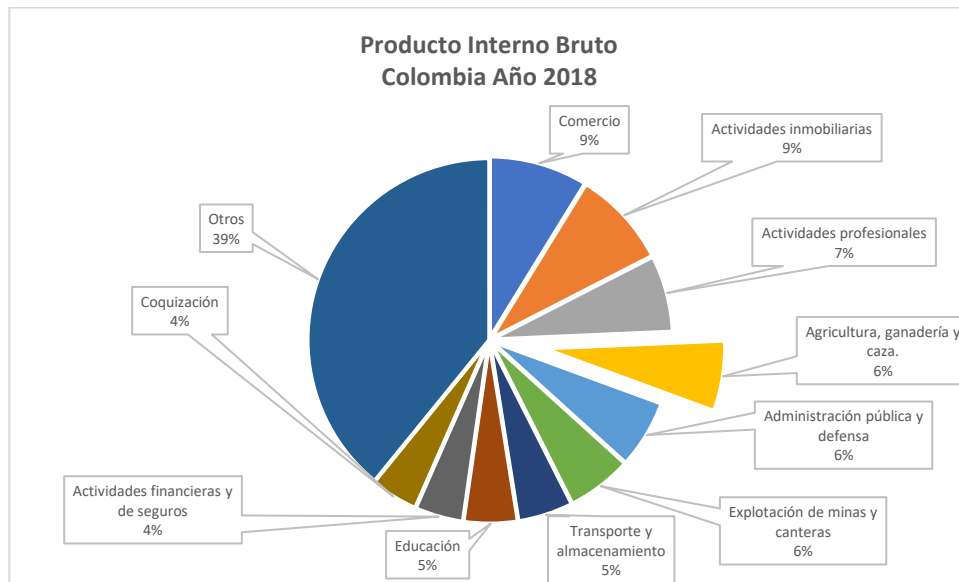
Los cultivos de aguacate representan el 8% del total de área sembrada de los cultivos frutales y un 1% del total de área sembrada en el país (DANE, 2014).

Estos cultivos se encuentran ubicados en 39.172 UPA con 16.500 productores y alrededor de 62.000 personas están vinculadas de forma directa o indirecta. (Rural, 2020).

#### 5.1.4 Participación de la producción de aguacate en el PIB

Con el objetivo de identificar la importancia del sector agrícola en Colombia, se revisará la participación que tiene dentro del producto interno bruto nacional.

Para el año 2018 el sector agrícola representó el 6% del producto interno bruto con una producción de 61.974 billones de pesos (Estadística, 2020).

Figura 6. *Producto Interno Bruto Colombia año 2018*

*Nota.* Distribución de los principales sectores en el Producto Interno Bruto para el periodo 2018. Elaboración propia compilada de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrale>.

Según las cifras del Dane, el sector agrícola se compone de cuatro subsectores como son cultivos agrícolas transitorios y permanentes, cultivo permanente de café ganadería, silvicultura y extracción de madera y pescas y acuicultura. De los cuatro subsectores los cultivos y transitorios y permanentes representa el 4% con un monto de producido de 36.674 billones de pesos dentro del cual se encuentra incluida la producción de aguacate (Estadística, 2020).

La producción de aguacate para el año 2018 ascendió a 403.184 toneladas con un precio promedio de 3.281 por kilo lo que equivale a un monto total de 1.323 billones de pesos colombianos y una participación del 3.6%.

### 5.1.5 Exportaciones de aguacate desde Colombia.

Desde inicios del siglo XXI, algunos países de la Unión Europea y Asia, han venido reportando un creciente consumo de aguacate y sus derivados, debido al incremento de la cultura

del autocuidado, lo que convierte a Colombia en un país que pasó de importador a exportador de algunas de sus variedades (ver Tabla 9).

Tabla 9. *Exportaciones y consumo local de aguacate Hass en Colombia.*

Variable	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Produccion Nacional (Ton)</b>	<b>288.739</b>	<b>309.852</b>	<b>343.295</b>	<b>375.906</b>	<b>403.184</b>
<b>Exportaciones Aguacate Total (Ton)</b>	<b>1.760</b>	<b>5.543</b>	<b>18.201</b>	<b>28.487</b>	<b>37.800</b>
<b>Consumo Local</b>	<b>286.979</b>	<b>304.309</b>	<b>325.094</b>	<b>347.419</b>	<b>365.384</b>
<b>% Consumo Local</b>	<b>99%</b>	<b>98%</b>	<b>95%</b>	<b>92%</b>	<b>91%</b>
<b>Exportaciones Aguacate Total (Ton)</b>	<b>1.760</b>	<b>5.543</b>	<b>18.201</b>	<b>28.487</b>	<b>37.800</b>
<b>Exportaciones Aguacate Hass (Ton)</b>	<b>1.408</b>	<b>4.434</b>	<b>14.561</b>	<b>26.208</b>	<b>35.000</b>
<b>% Exportaciones Hass</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>	<b>92%</b>	<b>93%</b>

*Nota.* El aguacate se ha convertido en un producto de exportación. El interés internacional por esta fruta se infiere de las cifras de producción para la exportación. *Minagricultura.* (2018). <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-07-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>.

Durante el año 2018 del total de 403.184 toneladas producidas en Colombia, el 91% son destinadas al consumo local, el 9% restante se destina a la exportación por un total de 37.800 toneladas, de las cuales el 93% son de aguacate Hass.

Las exportaciones de aguacate para el año 2018 han estado enfocadas principalmente a países bajos, Reino Unido, España y Bélgica entre otros.

Tabla 10. *Exportaciones aguacate por país destino*

Pais Destino	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Países Bajos</b>	1,369	3,368	7,385	10,184	16,259
<b>Reino Unido</b>	224	1,250	4,620	6,760	7,762
<b>España</b>	80	450	3,945	6,905	7,004
<b>Belgica</b>	-	-	185	2,047	2,732
<b>Estados Unidos</b>	44	431	1,581	1,591	404
<b>Otros</b>	43	44	485	1,000	3,639
<b>Total TON</b>	<b>1,760</b>	<b>5,543</b>	<b>18,201</b>	<b>28,487</b>	<b>37,800</b>

*Nota.* Se consolida la evolución de las exportaciones de aguacate por cada uno de los países destino. Ministerio de Agricultura [MINAGRICULTURA]. (2018). <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-07-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

### 5.1.6 Principales variedades de aguacate cultivado en Colombia.

Colombia es un país que, por sus condiciones climáticas y geográficas, ha venido diversificando la variedad de aguacates, con un incremento notable (ver Tabla 11).

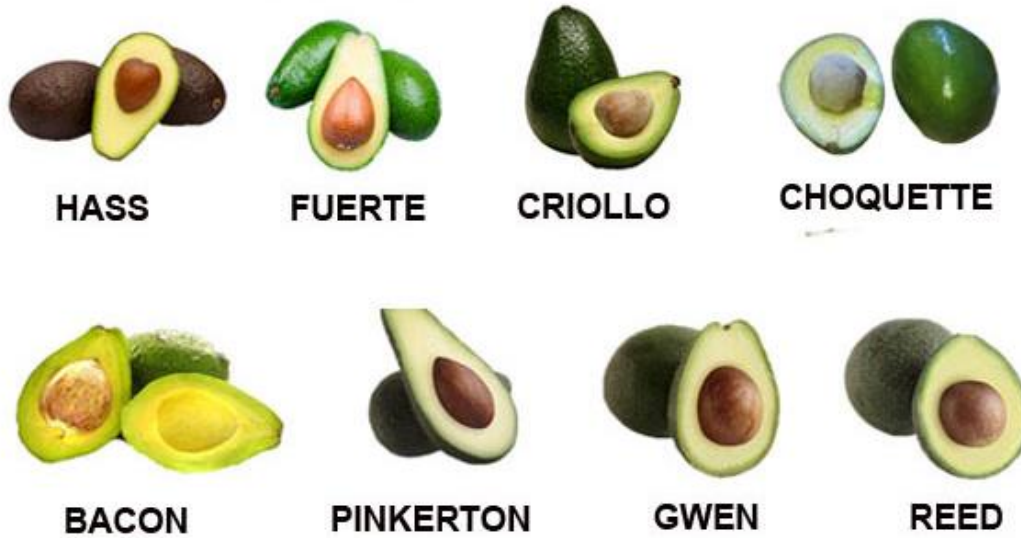
Tabla 11. *Características de las principales variedades de aguacate cultivadas en Colombia.*

Características	Booth 8	Choquette	Collinred	Fuerte	Gwen	Hass	Lorena	Reed	Trapica	Trinidad
Raza	Guatemalteco	Guatemalteco Antillano	Guatemalteco Antillano	Mexicano	Guatemalteco	Guatemalteco	Antillano	Guatemalteco	Antillano	Antillano
Longitud(cm L)	10.20	17.00	10.34	12.30	9.16	9.16	14.69	10.60	14.60	10.31
Anchura(cm A)	7.60	10.00	8.82	9.40	6.91	6.79	9.18	8.70	8.85	8.71
L/A	1.34	1.70	1.17	1.30	1.32	1.35	1.60	1.22	1.65	1.18
Peso(g)	450.00	910.00	438.15	350.00	310.00	285.00	568.10	430.00	499.63	414.22
Textura corteza (1-8UCR)	3.00	2.00	3.50	4.00	4.17	6.25	1.00	4.00	2.00	3.75
Color corteza	10 Y 4/3	5 GY 4/3	5 GY 4/3	2.5 GY 4/3	5 GY 4/3	5 YR 3/2	2.5 GY 5/5	2.5 GY 3/1	10 Y 7/9	5 GY 4/3
(Munsell)	Verde Oliva Moderado	Verde Oliva Moderado	Verde Oliva Moderado	Verde Oliva Moderado	Verde Oliva Moderado	Rojo Amarillo Oscuro	Amarillento Moderado	Verde Oliva Grisaseo	Amarillento Fuerte	Verde Oliva Moderado
Peso corteza (g)	54.00	27.30	54.42	38.50	31.99	30.01	28.10	39.56	37.62	39.27
Corteza (%)	12.00	3.00	12.41	11.00	10.32	10.53	5.03	9.20	7.50	9.48
Corteza (mm)	1.40	1.00	2.00	1.20	1.27	1.21	1.08	1.30	1.05	1.25
Color Pulpa	7.5 Y 9/8	5 Y 9/9	7.5 Y 9/8	7.5 Y 9/8	7.5 Y 9/8	2.5 Y 8/8	2.5 Y 9/9	5 Y 9/9	5 Y 9/9	7.5 Y 9/8
(Munsell)	Amarillo Verdoso Brillante	Amarillo Brillante	Amarillo Verdoso Brillante	Amarillo Verdoso Brillante	Amarillo Verdoso Brillante	Verde Amarillo Moderado	Amarillo Brillante	Amarillo Brillante	Amarillo Brillante	Amarillo Verdoso Brillante
Textura Pulpa (1-3 UCR)	2.00	3.00	2.00	1.00	1.75	1.00	2.38	2.00	2.00	1.00
Peso pulpa (g)	326.25	728.00	311.94	259.00	219.17	199.27	455.55	323.79	372.37	297.20
Pulpa (%)	72.50	80.00	71.19	74.00	70.70	69.92	79.91	75.30	74.60	69.71
Grasa (%)	8.91	9.06	12.23	24.00	20.90	17.80	7.19	20.00	6.69	12.01
Fibra (%)	10.19	1.55	10.72	10.28	12.50	7.23	4.61	7.90	5.22	2.19
Peso semilla (g)	48.00	120.00	68.48	50.00	45.41	38.44	107.86	50.80	93.53	76.64
Semilla (%)	15.50	17.00	15.62	15.00	14.65	13.49	15.61	15.00	20.75	15.77
Semilla (cm L)	4.20	7.47	4.08	4.40	4.59	4.09	7.27	4.80	6.69	4.60
Semilla (cm A)	4.30	5.91	4.95	4.60	3.90	3.46	6.06	4.40	5.20	5.28
Relación (L/A)	0.98	1.26	0.82	0.95	1.18	1.18	1.20	1.09	1.29	0.87
Sabor(40-100 UCR)	90.00	80.00	90.00	90.00	80.00	97.50	77.50	90.00	70.00	87.50

*Nota.* Existen 10 variedades de aguacate cultivadas en Colombia, las cuales presentan diferentes características dependiendo de la raza a la cual pertenecen. Tomado de: *Minagricultura*. Cadena de Aguacate Indicadores e Instrumentos. (agosto de 2018). <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-08-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>.

En este mismo sentido, es relevante para quien tenga interés en el tema, conocer las diferentes variedades de aguacate que se producen en territorio colombiano, a fin de tener claridad sobre la oferta que cada uno puede brindar al consumidor final (ver Figura 7).

Figura 7. Principales Variables de aguacate



*Nota.* Soporte grafico de las principales variedades de aguacate cultivadas en el país. Tomado de: *Minagricultura*. Cadena de Aguacate Indiadores e Instrumentos. (agosto de 2018). <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-08-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>.

Las exportaciones de aguacate hass colombiano se han venido consolidando sobre todo a países como estados unidos y la unión europea, sin embargo, se han venido abriendo mercados como Japón, Corea del Sur y China.

Procolombia (2020), difundió un informe según el cual, el aguacate ha permitido el desarrollo sostenible de gran parte del territorio en donde la tierra es apta para el cultivo de la fruta, sembrándose y expandiéndose en lo que antes eran potreros para levante y engorde de ganado, de donde había desaparecido la cubierta boscosa hace muchos años.

Colombia ha venido estableciendo buenas prácticas medio ambientales y sociales en los cultivos, obteniendo certificaciones como Rainforest Alliance lo que le ha permitido ofrecer al mercado un producto cada vez más sostenible y con mayores facilidades de acceso.

A pesar de participar en un mercado competido con países con gran volumen de producción como México, República Dominicana, Perú, Indonesia y Brasil, el Aguacate Colombiano tiene varias ventajas a su favor, ya que además de empresas ambientalmente sostenibles, por sus condiciones geo climáticas puede ofrecer aguacate prácticamente todo el año por las cosechas que se presentan en las diferentes zonas del país.

La importancia del sector del aguacate para Colombia también radica en que se estima que cerca de 54.000 personas se vinculan de forma directa o indirecta con su cadena productiva dado que existen aproximadamente 13.000 productores ubicados en 18.119 unidades productivas.

## **5.2 *Aceite de aguacate hass***

El aceite de aguacate es un producto que proviene de la extracción del aceite de los mejores aguacates de la región colombiana. Esta extracción permite que el aceite conserve todas sus vitaminas, nutrientes y propiedades naturales.

El aceite de aguacate es un producto de gastrónomo fino para ser usado en la cocina haute, con ensaladas o freídas. También se toma como suplemento dietario por su alto contenido de ácidos insaturados grasos, Vitamina D, Omega 3, Omega 6 y Omega 9.

### **5.2.1 Participación de la producción de aceites y grasas vegetales y animales en el PIB**

Con el objetivo de identificar la importancia del sector de aceites y grasas animales y vegetales en Colombia, se revisará la participación que tiene dentro del producto interno bruto nacional.

Para el año 2018 el sector de elaboración de productos alimenticios representó el 3% del producto interno bruto con una producción de 31.045 billones de pesos (Estadística, 2020).

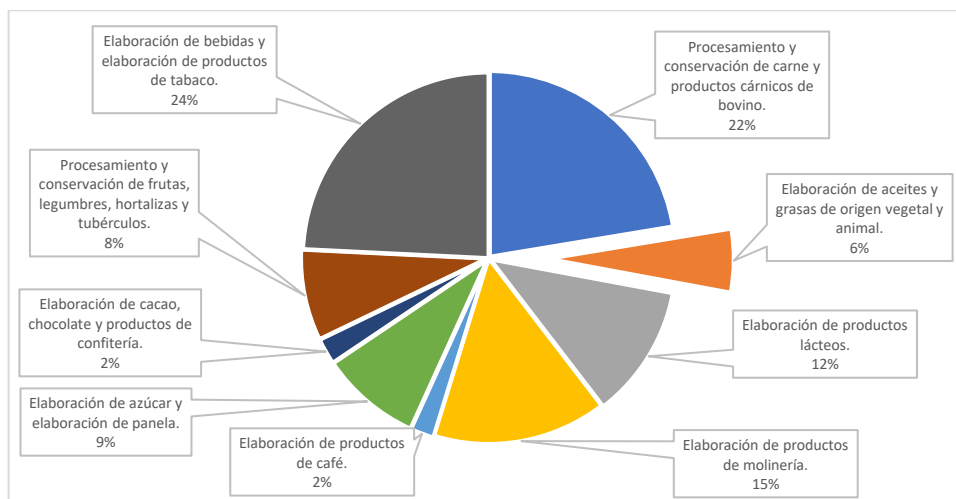
Tabla 12. porcentaje del PIB de acuerdo al concepto

Concepto	PIB	%
Comercio	86,616	9%
Actividades inmobiliarias	85,547	9%
Actividades profesionales	67,522	7%
Agricultura, ganadería y caza.	61,974	6%
Administración pública y defensa	60,338	6%
Explotación de minas y canteras	57,617	6%
Elaboración de productos alimenticios	31,045	3%
Otros	535,272	54%
<b>Total</b>	<b>985,931</b>	<b>100%</b>

Nota. Distribución de los principales sectores en el Producto Interno Bruto para el periodo 2018. Elaboración propia compilada de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrale>.

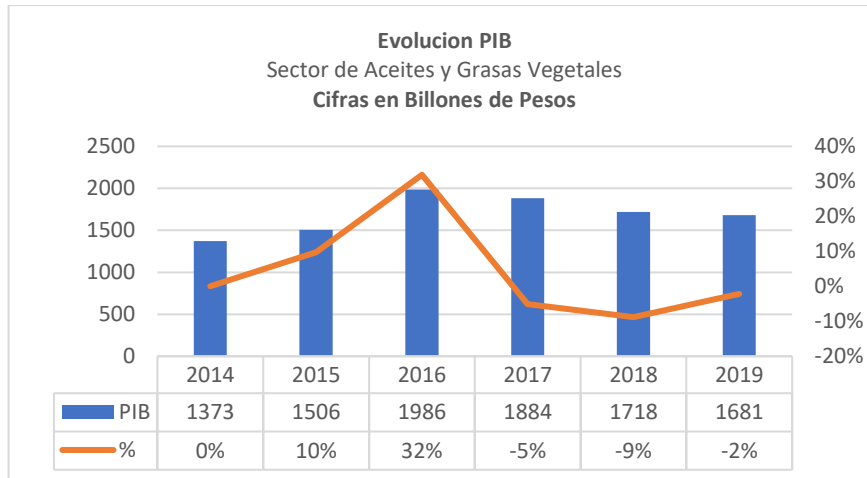
Según las cifras del Dane, el sector de elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal representa el 6% del subsector de elaboración de productos alimenticios y equivale a 0.2% del total del PIB año 2018 con una producción de 1.718 billones de pesos.

Figura 8. Producto Interno Bruto Colombia – Elaboración de productos alimenticios



*Nota.* Distribución del producto interno bruto PIB en cuanto a elaboración de productos alimenticios. Elaboración propia compilada de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrale>.

Figura 9. Evolución PIB Sector de Grasas y Aceites de Origen Animal y Vegetal



*Nota.* Evolución del PIB en cuanto al sector de aceites y grasas de origen animal y vegetal en Colombia. Elaboración propia compilada de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrale>.

La producción del sector de grasas y aceites de origen animal y vegetal ha venido teniendo un proceso de deterioro con una reducción promedio del 5% en los últimos 3 años, un incentivo en la producción de aceite de aguacate hass podría ayudar a la recuperación del sector.

### 5.2.2 Antecedentes en Colombia

El sector de aceites y grasas es importante para la industria colombiana de alimentos, debido a los vínculos que los productos de este sector tienen tanto en la propia industria de alimentos como con otras actividades productivas.

El Departamento Nacional de Planeación [DNP] junto con el DANE (2004), dieron a conocer los vínculos con la industria procesadora de alimentos balanceados para animales a través de las tortas y cascarillas obtenidas de las semillas y frutos oleaginosos en el proceso industrial de extracción del aceite; y el otro es el empleo de los ácidos grasos o residuos obtenidos de los diversos aceites crudos durante el proceso de su extracción como insumo en la

industria jabonera y de artículos de tocador. Por último, la cadena tiene vínculos con industrias tan diversas como panadería, galletería, encurtidos, confitería y chocolatería, y farmacéutica, entre otras.

El DANE (2017), dio cuenta de que la elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal en Colombia, ocupa un puesto privilegiado “Numero 17” dentro de los principales grupos industriales con una producción bruta equivalente al 2,2% del total y ventas de 5,5 billones de pesos aproximadamente.

La Federación Colombiana de Cultivadores de Palma de Aceite [FEDEPALMA] (2018), presentó un informe según el cual:

Las importaciones de aceites y grasas fueron de 446.000 toneladas durante el primer semestre de 2018, 5 % por encima de los niveles del mismo periodo de 2017. Se mantiene la tendencia observada durante los primeros meses del año, en donde los aceites vegetales crudos aumentan su participación dentro del total de las importaciones en 18 %, en tanto las importaciones de los aceites vegetales refinados disminuyen en alrededor de 50.000 toneladas (22 %). El menor precio de los aceites crudos importados, específicamente el aceite crudo de palma ecuatoriano (66 % del total importado), impulsó las compras de materias primas extranjeras (Figura 7). Las importaciones de aceite crudo de soya durante el primer semestre provinieron de Bolivia (55 %), Estados Unidos (36 %), y Argentina (8 %). De igual manera, las importaciones de aceite refinado de soya provinieron principalmente de Bolivia (48 %), Estados Unidos (46 %) y Argentina (7 %).

### **5.2.3 Empresas colombianas dedicadas a la elaboración de aceite de aguacate**

En Colombia se identifican las siguientes empresas dedicadas en algunos casos al cultivo y producción de Aceite derivado del Aguacate o algunas que solamente desarrollan la técnica de

procesamiento de la fruta para la comercialización del aceite, la gran mayoría de ellas ubicadas en los departamentos de Antioquia, Caldas, Pereira y Quindío. Muchas de las aplicaciones de estos aceites se enfocan en soluciones alimenticias (frituras, aderezos), sin embargo, también se encuentran para temas cosmetológicos y estéticos. Dentro de las más representativas se destacan las siguientes:

Tabla 13. Principales productores de aceite de aguacate en Colombia

Nombre Empresa	Ubicación	Producto	Presentación	Costo
Green Hass S.A.S.	Manizales	Aceite de aguacate Virgen	250 ml	\$33.000
		Aceite Premium Gorumet	250 ml	\$36.000
Team Foods	Buga Valle del Cauca	Aceite de Aguacate Gourmet	250 ml	\$37.750
La Perla Orgánicos S.A.S.	Urroa Antioquia	Aceite de Aguacate Virgen	250 ml	\$27.500
Terravocado S.A.S.	Medellin	Aceite de Aguacate Extra virgen	250 ml	\$30.000
Naturales Casvior	Bogotá	Aceite Emoliente de Aguacate	240 ml	19.800

Nota: Principales empresas productoras de aceite de aguacate en Colombia.

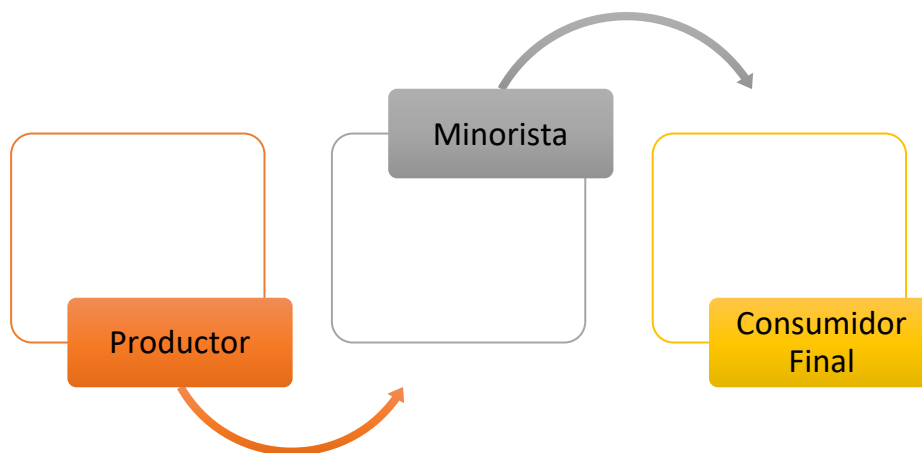
<https://greenhass.com/index.php/green-hass/#>, <https://alianzateam.com/team-foods/marcas-en-el-hogar/aceites-vegetales-de-cocina-team-foods/>, <https://www.agronegocios.co/agricultura/sector-hortofruticola-encontrara-nuevas-propuestas-en-medellin-2621539>, <https://www.terravocado.com/aceite-de-aguacate>, <https://casvior.com/>

#### 5.2.4 Canales de comercialización de los aceites en Colombia

La comercialización de aceites comestibles y cosméticos en Colombia se efectúa por medio de tiendas, supermercados y grandes superficies a los cuales asisten los consumidores de este tipo de productos.

El canal de distribución utilizado generalmente para este tipo de producto es:

Figura 10. *Canal de distribución.*



Nota. Canal de distribución del producto aceite de aguacate hass desde el productor hasta el consumidor final. Elaboración propia.

Este tipo de canal incluye intermediarios como son los detallistas o minoristas (tiendas especializadas, almacenes, supermercados e hipermercados), generalmente el productor ofrece sus productos a los distribuidores que pueden vender su producto a una mayor escala de penetración (Peña, 2012).

#### 5.2.5 Importación de Grasas y Aceites Vegetales de Rusia.

Es importante analizar desde la clasificación arancelaria 1515 Grasas y aceites vegetales fijos. Las importaciones de Rusia para los productos como Grasas y Aceites vegetales, lo cual nos indica un crecimiento entre los años 2015 – 2019 de 18.129 toneladas, representando esto un consolidado de aumento en las importaciones en ese mismo periodo del 196% (ver Tabla 14).

Tabla 14. *Importación de Grasas y Aceites vegetales de Rusia.*

Producto	2015	2016	2017	2018	2019
Grasas y aceites vegetales (TON)	9.244	12.848	15.312	16.492	27.373
% Crecimiento Importaciones x año		39%	19%	8%	66%

*Nota.* La grafica presenta el crecimiento de las importaciones de grasas y aceites vegetales efectuadas por Rusia en los últimos cinco años. *ITC.* TradeMap. (2020). [Secuencia de la importación de aceites y grasas en Rusia en los últimos cinco años]. [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_Map.aspx?nvpm=](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Map.aspx?nvpm=).

### 5.2.6 Exportación de Grasas y Aceites Vegetales desde Colombia.

Por otro lado, en la misma clasificación arancelaria Colombia muestra exportaciones con crecimientos muy lineales, analizando desde el 2015 al 2019 se sitúan promedio en las 368 toneladas año a año (ver Tabla 15).

Tabla 15. *Exportación de Grasas y Aceites vegetales de Colombia.*

Producto	2015	2016	2017	2018	2019
Grasas y aceites vegetales (TON)	394	376	383	351	335
% Crecimiento Exportaciones x año		-5%	2%	-8%	-5%

*Nota.* Reducción de las exportaciones efectuadas desde Colombia de grasas y aceites vegetales en los últimos cinco años. *ITC.* TradeMap. (2020).

Vemos como Rusia en el año 2019 importo 27.373 toneladas de grasas y aceites vegetales con un crecimiento significativo en los últimos años, es uno de los grandes consumidores de aceite a nivel mundial convirtiéndose en una oportunidad para los productores de aceite de atacar este mercado.

### 5.2.7 Elaboración del aceite de aguacate

Existen varios métodos de extracción del aceite de aguacate, y se han efectuado estudios relacionados con los procedimientos y rendimiento de las diferentes variedades de aguacate.

En el departamento de Ingeniería Química de la Universidad de Granada España, se efectuó un análisis sobre la extracción y caracterización del aceite de aguacate utilizando las variedades Bacon, Fuerte y Hass estas dos últimas cultivadas en Colombia.

A continuación, se efectúa un resumen del proceso de extracción con cada uno de los métodos utilizados:

#### **5.2.7.1 Obtención por Prensada.**

El proceso de prensada inicial quitando la cáscara y efectuando la extracción del hueso o endocarpio. La pulpa exenta de cualquier partida sólida del hueso presenta consistencia de aspecto un poco viscoso por lo que al tratarla a presión sale lateralmente y se torna muy difícil extraer el aceite.

Para los experimentos de presión se utilizó un dispositivo consistente en un cilindro metálico con 10 cm de altura y con 7 cm de diámetro interno, perforado con taladros de 2 mm de diámetro tanto en la superficie lateral como en la base inferior. La base superior es plana y compacta; esta se desliza con un buen ajuste a lo largo del cilindro luego de aplicarle la presión adecuada.

Para simular el proceso de prensada de pasta de aceituna, con el objeto de mejorar los rendimientos, se sometieron los huesos a molienda en molino de martillos hasta un tamaño de 2.3 mm y se adicionaron a la pulpa, batiéndola para homogenizarla y posteriormente al sistema de presión. Se puede deducir que ni aun con las partículas sólidas que hacen de soporte y filtro, y como en el caso de la aceituna, los rendimientos hacen aconsejable este método. (Martinez Nieto, 1988)

#### **5.2.7.2 Obtención por Extracción con Disolventes.**

Es el método más empleado por los distintos autores, siendo los disolventes más utilizados el éter de petróleo, el hexano y la mezcla cloroformo-metanol.

Según Camacho Rubio, F. et. al. (1988), en los experimentos realizados se utilizó un sistema Soxhlet, tratando la pulpa con y sin tener secado previo de extracciones con hexano y éter de petróleo por lapso de 4 horas. Dados los bajos rendimientos de la extracción por el método en húmedo se desechó este proceso. Para el caso de previo secado de la pulpa, esta se cortaba en forma de láminas de 2mm de espesor o cubos de 1 cm de arista y se secaba en una estufa de vacío por lapso de 4 horas a 60°C y 20 mm de Hg. El extracto se somete a evaporación con el objetivo de eliminar el disolvente y el aceite obtenido se seca en estufa de vacío.

### **5.2.7.3 Obtención por Centrifugación.**

Camacho Rubio, F. et. al.(1988), dicen que:

El aguacate exento de piel y hueso se muele hasta obtener una pulpa homogénea. Se calienta en baño de agua con agitación a 60°C y se centrifuga en una centrífuga SORVALL SS-3 a 9000 r.p.m., decantándose posteriormente el aceite liberado. Este aceite va acompañado de agua de vegetación, que se elimina por decantación y posteriormente se seca en estufa de vacío... La fracción sólida resultante de la centrifugación se somete, previo secado, a extracción con hexano en un Soxhlet, determinando de esta manera el porcentaje de aceite que no ha podido ser obtenido por centrifugación. (p. 273).

### **5.2.7.4 Obtención por Hidrolisis Alcalina.**

Se procede a determinar la media de la humedad de una serie de muestras de pulpa. Después de exento el aguacate de la cascara y hueso, se lleva a moler ajustando el contenido de agua de la muestra con el fin de que la relación pulpa seca/agua sea 1:6. Luego de esto se lleva a pH 8.5 agregando NaOH 0.5N y se mantiene durante media hora en un baño de agua a 60°C con agitación. Se centrifuga a 9000 rpm, obteniendo una fracción sólida y líquida, que se descarta y que contiene el agua de vegetación, junto a la añadida y el aceite.

Se somete a decantación separándose el aceite, que se seca, de la fracción acuosa. Esta se lleva con ácido sulfúrico hasta pH 4,5, manteniéndola con baño de agua en agitación a 60°C durante 30 minutos, de esto se obtiene un precipitado con contenido de algunas de las proteínas del fruto. Este procedimiento que se ha aplicado a obtención de aceite y concentrado proteínicos de algunas leguminosas (15), no da el resultado deseado en cuanto a aceite se refiere en el caso del aguacate, quizás por no haberse sometido a un secado previo. En la actualidad se continúa estudiando las condiciones del proceso para aumentar el rendimiento en aceite, si es posible.

***Resultados obtenidos por el método de extracción con disolventes.***

El porcentaje de aceite resultante cambia de acuerdo con la variedad de aguacate y el disolvente con el que se mezcla, así como la superficie sobre la que se desarrolle este proceso (ver Tabla 16).

Tabla 16. *Resultados obtenidos por el método de extracción con disolvente, por variedad, disolvente y superficie.*

Variedad	Disolvente	Superficie	% Aceite
Bacon (2)	Hexano	Trozos	10.63
Bacon (4)	Hexano	Laminas	13.56
Bacon (1)	Eter Petroleo	Trozos	8.95
Bacon (1)	Eter Petroleo	Laminas	9.41
Fuerte (5)	Hexano	Trozos	17.04
Fuerte (5)	Hexano	Laminas	21.34
Hass (3)	Hexano	Trozos	19.10
Hass (1)	Hexano	Laminas	22.05

*Nota.* Entre paréntesis, el número de muestras sobre las que se ha efectuado la media en su caso. Tomado de: ***Revista Grasas y Aceite***. Vol. 39. (Fasc. 4-5). Extracción y caracterización del aceite de aguacate. Camacho Rubio, F. et. al. (1988).

En la tabla anterior se observan los resultados obtenidos utilizando el método de extracción con disolventes, evidenciando que el rendimiento más alto lo da el aguacate Hass por presentar el más alto contenido graso equivalente a un 22,05% utilizando láminas y el hexano como disolvente.

Uno de los métodos más reconocidos para la extracción del aceite de aguacate consiste en secar la pulpa de la fruta para luego ejercer una fuerza entre 3000 y 4000 libras por pulgada cuadrada, logrando la extracción a través de la presión.

### **5.2.8 Usos, beneficios y propiedades**

Un aceite de aguacate de alta especificación se encuentra en colores; verde, verde-amarrillo y generalmente es bastante turbio. Dependerá del proceso de producción y en algunos casos de la variedad del aguacate. Aquellos que tienen colores pálidos son derivados de procesos de refinación.

El aceite de aguacate cuenta con aroma suave, es saludable, su sabor es delicado y se caracteriza por ser bajo en calorías. Es un aceite comestible de tipo vegetal que cuenta con los omegas 3, 6 y 9.

Su punto de quemado es elevado alcanzado los 250°C que a diferencia de un aceite de oliva que únicamente alcanza los 180°C. lo cual lo posiciona como un excelente aceite para fines culinarios.

El aceite de aguacate es derivado de la pulpa obtenida de los frutos más maduros. Dependiendo de los frutos, el origen, la variedad y el método de producción; contiene sustancias vegetales secundarias, ácidos grasos y vitaminas:

- Lecitina.
- Escualeno.
- Carotenoides.
- Vitaminas A, D, E.

- Ácido oleico (47 a 70%).
- Ácido linoleico (9 a 15 por ciento).
- Ácido palmítico (15 a 23 por ciento).
- Ácido palmitoleico (5 a 13 por ciento).
- Fitoesteroles (Fitoesteroles).
- Ácido esteárico (alrededor del 1 por ciento).
- $\alpha$ -Tocoferol (por cada 100 gramos aproximadamente de 12 a 15 miligramos).

### **5.3 Usos**

El aceite de aguacate en usos culinarios se emplea para:

- Cocinar
- Aderezar ensaladas
- Marinar carnes, Pescado, pollo y mariscos

La empresa Aceites Pro (2019), menciona que adicionalmente, el aceite de aguacate se utiliza con fines cosméticos, pues debido a los ingredientes especiales, tiene excelentes propiedades como agente activo. Por lo tanto, no sólo se utiliza como aceite base en preparados cosméticos, sino que también cumple otros fines cosméticos. Las personas en los países de origen del aguacate ya utilizaban el aceite en el pasado para proteger la piel de la fragilidad y la sequedad.

Durante mucho tiempo, el alto contenido vitamínico del aceite de aguacate se asoció con su efecto positivo para la piel. Sin embargo, estudios más recientes atribuyen esto al contenido de ingredientes insaponificables. El contenido de fitosteroles asegura una alta capacidad de propagación. Por eso, el aceite es particularmente fácil de aplicar sobre la piel y se absorbe rápidamente. El ácido palmitoleico hace que sea bien tolerado. Es adecuado para su uso en pieles dañadas y sensibles, favorece la regeneración celular y favorece el equilibrio hídrico de forma

sostenible y visible. Está aprobado para la cosmética natural certificada y goza de una gran reputación allí.

A continuación, un resumen de los beneficios y usos del aceite de aguacate para fines cosméticos.

- Se usa para suavizar la piel.
- Proporciona hidratación y reduce las pequeñas arrugas.
- Efectos antiinflamatorios
- Combate granos y espinillas.
- Alivia la comezón
- Impide las infecciones cuando su uso es regular.

### 5.3.1 Vida útil del producto

El aceite de aguacate tiene como tiempo de utilización máximo un año y medio en el envase original, protegido de la luz y en adecuadas condiciones de temperatura y almacenamiento (ver Figura 7).

Figura 11. Ficha técnica Aceite de aguacate hass.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO			
Producto para uso gastronómico en ensaladas, para marinar carnes o para elaboración de deliciosas recetas. Algunos estudios le atribuyen mayor beneficio que el aceite de oliva porque se quema a mayor temperatura. Es un aceite alimenticio ya que es rico en hierro, cobre, fósforo, potasio, beta-caroteno, ácido fólico, vitaminas del grupo A, B, D, las antioxidantes K y E y ácidos grasos monoinsaturados, 100% natural, sin adición de ningún conservante químico.			
INGREDIENTES:		CARACTERÍSTICAS SENSORIALES	
Aguacate variedad Hass	ASPECTO:	Aceite libre de partículas en suspensión	
	COLOR:	Verde claro	
	OLOR:	Característico del producto	
	SABOR:	Característico del producto	
CARACTERÍSTICAS FISCOQUÍMICAS			
Análisis Fiscoquímico	Unidad	Resultado	Método
Acidez (expresado como ácido oleico)	%	0.95	A.O.A.C 940.28 Ed 18
Densidad (20 °C)	g/cm <sup>3</sup>	0.9131	Picnometría
Grasa insaturada	%	79.96	AOCS-Ce-1 c-89 Fatty Acid Composition by GLC cis, cis and trans isomers
Grasa Saturada	%	18.71	AOCS official Methods Ce1 C89 Edition, 2003 mod*
Grasa Total	%	99.09	A.O.A.C Official Methods 920.39 Ed. 18 Método modificado
Grasas Cis	%	3.84	AOCS-Ce-1 c-89 Fatty Acid Composition by GLC cis, cis and trans isomers
Grasas Trans	%	0.00	AOCS official Methods Ce1 C89 Edition, 2003 mod*
Humedad	%	0.91	AOAC 984.20 Ed. 18 (Karl Fischer)
Índice de Peroxidos	meq O2/Kg	6.92	AOAC 965.33 Ed. 18
Índice de Refracción a 25°C	NA	14.684	AOCS CC 7 - 25 (02)
Índice de saponificación	mgKOH/g	186.35	AOAC 920.160 Ed. 18
Índice de yodo	Cg I2/g	78.09	AOAC 923.20 Ed. 18
Omega 3	%	0.75	AOCS official methods Ce 1c 89 Edition, 2003, método modificado*
Omega 6	%	9.32	AOCS official methods Ce 1c 89 Edition, 2003, método modificado*
Omega 9	%	63.2	AOCS official methods Ce 1c 89 Edition, 2003, método modificado*
Perfil lipídico	NA	Ver tabla anexa	AOCS official methods Ce 1c 89 Edition, 2003, método modificado*



*Nota.* La ficha técnica muestra las características fisicoquímicas del aceite de aguacate. *Alimentos.* Alimentos y sus propiedades. (2018). <https://alimentos.org.es/>.

Así mismo, el valor nutricional de esta fruta es un factor que siempre ha sido reconocido, siendo un referente que ha llevado a países consumidores a incrementar su importación (ver Tabla 17).

Tabla 17. *Tabla nutricional aceite de aguacate.*

INFORMACION ALIMENTICIA	
Tamaño por porcion	
1 Cucharon -7g (7,65ml)	
Sirviendo por 250 cm <sup>3</sup> Aprox 33	
Energia por porcion:	
Energia Total: 251,4 KJ (60 cal)	
	% Diariamente valor
Densidad (20 C)	0,9131 g/cm <sup>3</sup>
Grasa Saturada	79,96%
Grasa Insaturada	18,71%
Grasa de Transaccion	0%
Peroxidos de Indice	6,92 mg p 2/kg
Omega 3	0,75%
Omega 6	9,32%
Omega 9	63,20%
Sodio	0%
Hidratos de carbono	0%
Azucar	0%
Proteina	0%
Vitamina D	36%
Linolenic Acido (Omega 3)	0,75%
Linolenic Acido (Omega 6)	9,32%
Acido Oleic (Omega9)	63,2%

*Nota.* Tabla nutricional de referencia correspondiente al contenido de una botella de 250 cm<sup>3</sup>. *Alimentos.* Alimentos y sus propiedades. (2018). <https://alimentos.org.es/>.

### ***Comparativo nutricional de Aceite de Oliva y Aceite de Aguacate.***

De acuerdo con la empresa Alimentos Org, los valores nutricionales para aceite de aguacate y aceite de oliva tienen diferencias evidentes, con un factor a favor del primero, para probarlo, se toman de una muestra de 100 gramos, estos pueden variar dependiendo. El tipo de proceso al momento de su obtención (ver Tabla 18).

Tabla 18. *Comparativo Aceite de Oliva / Aguacate.*

	Acite de Oliva	Aceite de Aguacate
Calorías	899 kcal.	233 kcal.
Grasa	99,90 g.	23,50 g.
Colesterol	0 mg.	0 mg.
Sodio	0 mg.	4,70 mg.
Carbohidratos	0 g.	0,40 g.
Fibra	0 g.	6,33 g.
Azúcares	0 g.	0,40 g.
Proteínas	0,00 g.	1,88 g.
Vitamina A	0 ug.	12 ug.
Vitamina C	0 mg.	6 mg.
Vitamina B12	0 ug.	0 ug.
Calcio	0 mg.	12 mg.
Hierro	0,40 mg.	0,49 mg.
Vitamina B3	0 mg.	1,42 mg.

*Nota.* Los beneficios nutricionales del aceite de aguacate pensado como un sustituto del aceite de oliva. Tomado de: *Alimentos.org*. Alimentos y sus propiedades. (s. f.). <https://alimentos.org.es/>.

En la misma fuente, se puede encontrar cómo se extrae el aceite entre ambos productos, lográndose hacer un comparativo entre los dos (ver Tabla 19).

Tabla 19. *Método de extracción del aceite de acuerdo al ingrediente principal.*

<b>Tipo de aceite</b>	<b>Oliva</b>	<b>Aguacate</b>
Extracción	Se extrae mediante prensado en frío o por proceso de refinado	Se extrae mediante prensado en frío o por proceso de refinado
Usos	Cocina	Cosmético, Cocina
Beneficios	Reducir riesgo de algunos tipos de cáncer, mejora los niveles de colesterol y azúcar en la sangre.	Reduce los niveles de colesterol y triglicéridos

*Nota.* Las prestaciones del aceite de aguacate en muchos de los casos son iguales o superiores a los del aceite de oliva. Tomado de: *Alimentos.org*. [comparativo de la forma de extracción del aceite en la oliva y el aguacate] Alimentos y sus propiedades. (s. f.). <https://alimentos.org.es/>

### ***Comparativo Perfil Nutricional Aceite de oliva y Aguacate***

Los dos aceites poseen grandes beneficios para la salud, sus ácidos grasos son similares, al igual que sus grasas insaturadas, las grasas insaturadas en el aceite de aguacate son ligeramente más altas, pero es despreciable su valor al ser tan pequeño.

Son ricos en luteína, un antioxidante que beneficia especialmente la piel y los ojos, al igual que estos antioxidantes protegen la piel de los rayos UV.

Benefician la salud del corazón por su contenido similar oleico con Omega – 9.

Al comparar la calidad nutricional del aceite de aguacate con el aceite de oliva, se encuentra que el de aguacate tiene menos calorías, menos grasa, más proteínas y mayor concentración de vitaminas A, B, C, así como calcio y hierro, que el aceite de oliva.

Teniendo en cuenta que Colombia se ha catapultado dentro de los mayores productores a nivel mundial del aguacate Hass, y que un gran número de empresas han visto al aceite de aguacate como un subproducto atractivo por sus múltiples beneficios, mediante el desarrollo de este trabajo buscamos analizar las variables a tener en cuenta para el proceso de exportación de este producto a un país que es considerado como uno de los principales consumidores de aceite a nivel mundial.

## **6. Análisis del mercado objetivo**

El siguiente análisis es una herramienta que permite conocer las particularidades del país que se proyecta como potencial para penetrar el mercado con el producto, ayuda al conocimiento de temas relevantes como los sociales, económicos, políticos, etc.

A continuación, se analizarán algunas variables que permiten establecer por qué el mercado ruso puede ser atractivo para la comercialización del aceite de aguacate Hass.

## 6.1 Generalidades de Rusia

**Extensión:** Rusia cuenta con área total de 17.098.250 km<sup>2</sup>, siendo el país más grande del mundo en extensión.

### 6.1.1 El marco político.

**Tipo de Gobierno:** República federal. Democracia parlamentaria.

**Poder ejecutivo:** presidente jefe de estado. Se elige por 4 años mediante sufragio.

Comandante del ejército. Primer ministro nombrado y con aprobación de la cámara, y tiene como función la gestión de los asuntos cotidianos.

**Poder legislativo:** Es bicameral. Está formado por:

- Consejo de la Federación (cámara alta): 78 escaños, se nombran por 4 años por gobiernos regionales e instituciones legislativas.

- Duma de Estado (cámara baja): 450 escaños, elegidos por voto popular.

#### **Partidos políticos:**

**Rusia Unida:** es el partido más popular de Rusia. Es un partido de centro el cual habla de un "conservadurismo ruso".

**Partido Comunista de la Federación Rusa (CPRF):** Partido de izquierda, predica el socialismo.

**Una Rusia Justa (CP):** partido de centro pero con una tendencia a la izquierda, es un fuerte aliado del partido Rusia Unida.

**Partido Liberal Demócrata de Rusia (LDPR):** Extrema derecha, es un partido nacionalista el cual no comparte ni el comunismo ni el capitalismo.

#### **Actualidad política:**

**Presidente:** Vladimir Putin, perteneciente al partido político Rusia Unida.

**Primer Ministro:** Dmitriy Medvedev, perteneciente al partido político Rusia Unida

Siguientes fechas para elecciones:

**Presidente:** marzo 2024

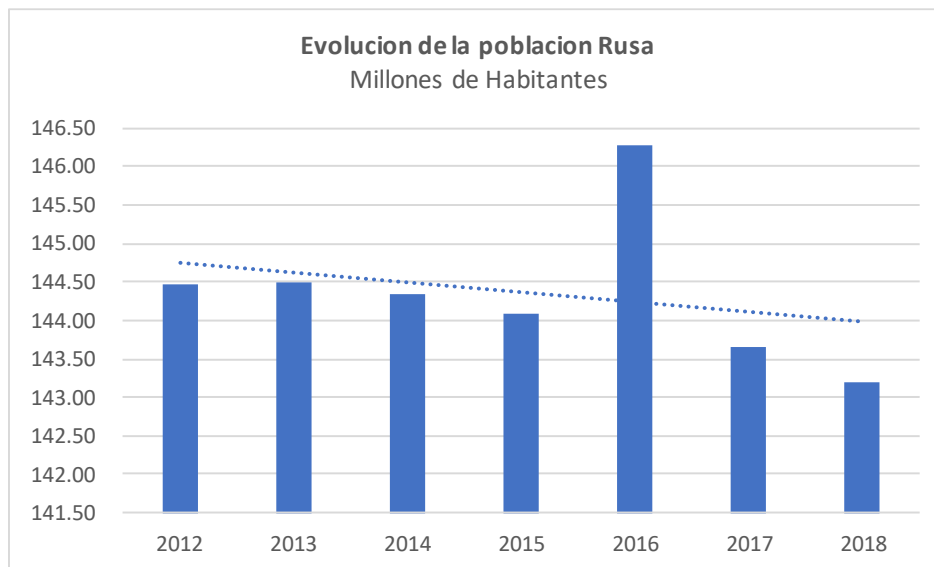
**Legislativos:** septiembre de 2021

## 6.2 Variables socio económicas

### 6.2.1 Población.

En cuanto a la población rusa, en los últimos años se ha presentado un importante problema demográfico pues por primera vez la población cayó en términos absolutos, en el año 2018 se presentó una disminución de 93.500 personas (ver Figura 12).

Figura 12. *Evolución de la población rusa.*



**Nota.** La población rusa ha presentado un decrecimiento significativo en los últimos siete años. *BBC News*. El plan de Rusia para que lleguen millones de inmigrantes al país en los próximos 6 años. Pichel, M. (8 de agosto de 2019). Consultado el 4 de abril de 2020 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49192817>.

Esta crisis demográfica puede tener implicaciones determinantes para la economía y poder en el campo militar y podría afectar la influencia de Rusia en temas Geopolíticos.

Pichel, M. (2019), asegura que Rusia al igual que muchos países presenta bajas tasas de natalidad a pesar de los programas del Gobierno que buscan prestarles ayudas a las familias y con esto alentar los nacimientos (ver Tabla 20).

Tabla 20. *Detalle de las características sociodemográficas de la población rusa.*

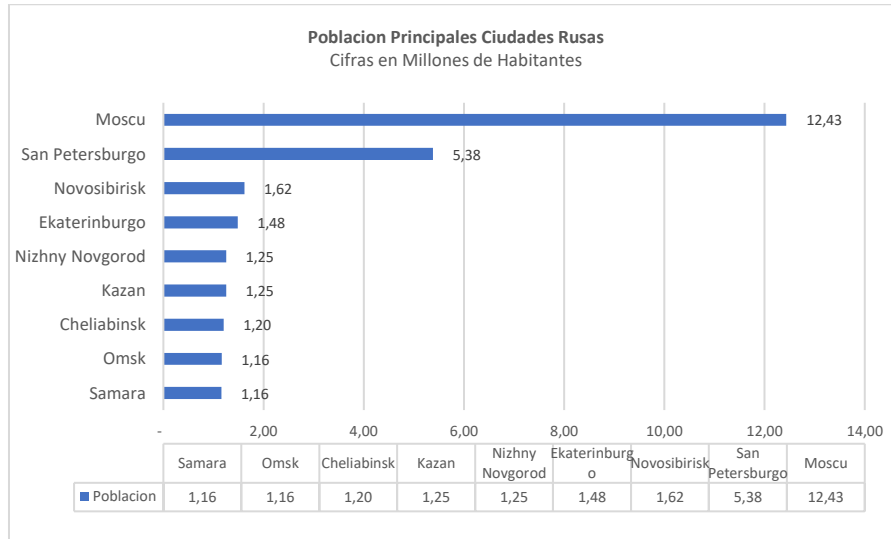
Población	\$144.495.044
Tasa de crecimiento	0.1%
Densidad poblacional	9 h / km <sup>2</sup>
Población urbana	74.3%
Origen Étnico	80% con origen ruso, 4% de origen tártaro, 3% ucraniano y una pequeña parte 1% con origen chuvacho y bashkirios y el 10% restante pertenece a otros grupos étnicos. (estado, s.f.)
Lenguas	Son más de 150 lenguas, algunas oficiales en algunas regiones del país.
Idioma de Negocios	Aunque el inglés es el idioma para los negocios, los empresarios rusos no lo hablan muy bien entonces se deben llevar las negociaciones en ruso.
Religión	De acuerdo a la encuesta realizada en 2011 (Monitor, s.f.), en un porcentaje la mayor parte de la población rusa 82% son creyentes, los ortodoxos tienen un porcentaje del 7%, los musulmanes 10%, icos con un 1,2% y Budistas el 0,7%.
Alfabetización	99.4%

**Nota.** Ficha con los principales aspectos demográficos de Rusia. Tomado de: *BBC News*. El plan de Rusia para que lleguen millones de inmigrantes al país en los próximos 6 años. Pichel, M. (8 de agosto de 2019). Consultado el 4 de abril de 2020 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49192817>.

- Ciudades más pobladas

Dentro de las ciudades con mayor población en Rusia se encuentran Moscú, San Petersburgo, Novosibirsk, Ekaterinburgo, Nizhny Novgorod, Kazan, Cheliabinsk, Omsk y Samara cuya población equivale al 20% del total con 26.945.201 habitantes (ver Figura 13).

Figura 13. Población de las principales ciudades de Rusia.



**Nota.** La concentración de la población de las principales ciudades rusas se encuentra en la parte occidental del país. *Worldometer*. Russia Population. (2020.). <https://www.worldometers.info/world-population/russia-population/>.

Pichel, M. (2019), menciona que Rusia presenta un grave problema relacionado con las disparidades del territorio, ya que la mayor parte de la población está situada en la parte occidental y cuenta con muy baja población en las regiones de Siberia y lejano Oriente (ver Figura 18).

Figura 14. Mapa de la Federación Rusa con las principales ciudades y características geográficas.



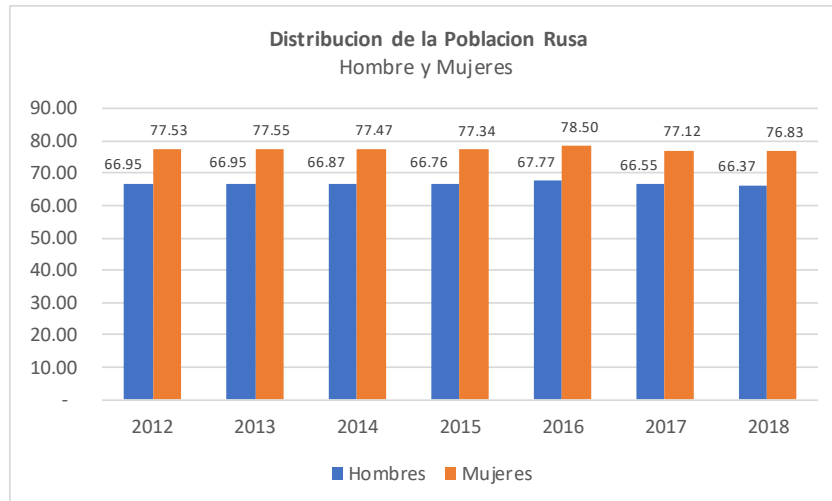
*Nota.* Concentración de las principales ciudades en la parte occidental. *BBC News.* El plan de Rusia para que lleguen millones de inmigrantes al país en los próximos 6 años. Pichel, M. (8 de agosto de 2019). Consultado el 4 de abril de 2020 de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49192817>.

- Distribución de la población rusa

Maniev (2019), presenta un estudio realizado por el Servicio Federal de Estadística concluyo que en el año 2018 del total de la población 66.3 millones son hombres 66,3 millones (46%) y 78.8 millones son mujeres (54%). Esta desproporción ha existido desde hace más de un siglo, sin embargo, la distribución varía de acuerdo con la edad, entre los menores de 29 años existen más hombres que mujeres, pero entre los mayores de 70 hay 2.377 mujeres por cada 1.000 hombres.

De acuerdo con el Servicio de Estadísticas de Rusia [Rosstat], citado por Maniev, el 72% de los funcionarios rusos son mujeres y en los órganos municipales el porcentaje es mayor con un 76%. entre los rusos económicamente activos (15 a 72 años), ambos sexos están representados por igual (37 millones hombres y 37 millones de mujeres) (ver Figura 19).

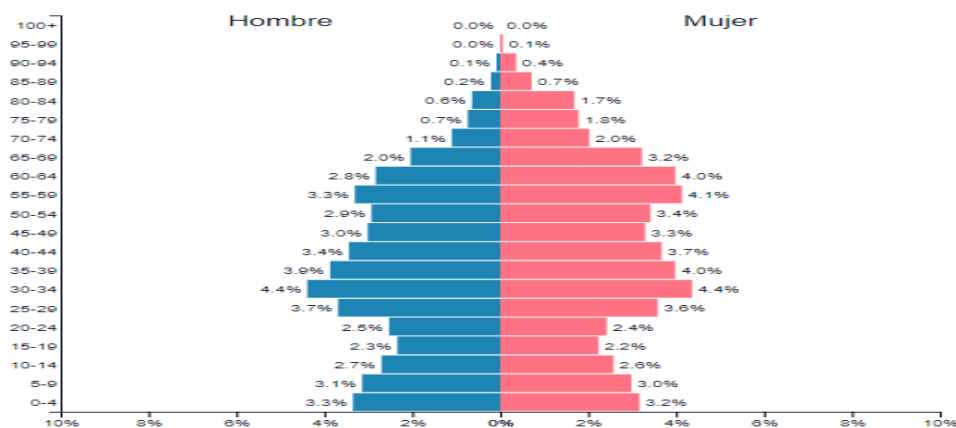
Figura 15. *Distribución de la población rusa.*



**Nota.** La población femenina rusa tiene una fuerte participación y por un gran poder decisorio en los organismos estatales. Tomado de: *Russia Beyond*. [Cómo está distribuida la población rusa por sexo]. Maniev, G. (06 de 03 de 2019). <https://es.rbth.com/estilo-de-vida/82700-rusia-mas-mujeres-que-hombres-datos>.

La pirámide poblacional rusa muestra una clara tendencia de como el crecimiento disminuye y la población envejece, situación que es muy común en muchos países sobre todo europeos, en donde cada vez se tienen menos niños y más adultos mayores (ver Figura 16).

Figura 16. Pirámide poblacional por sexo en la Federación Rusa, detallando el porcentaje por grupo etario.



**Nota.** El gráfico representa la variación en la tasa poblacional de ese país, denotando la supervivencia e incremento de la población femenina a medida que aumenta el grupo de edad. Tomado de: *Rusia*.

[Evolución de la tasa de supervivencia de la población rusa por grupo etario]. (s. f.). <https://www.populationpyramid.net/es/rusia/2018/>.

Se puede observar como la mayor concentración de la población está ubicada en el rango de los 25 a los 69 años con un 60,7%, lo que muestra claramente que la población se está envejeciendo (ver Tabla 21).

Tabla 21. *Distribución de población por edades.*

Rango de edad	%
Menos de 5 años	5,4%
De 5 a 14 años	9,6%
De 15 a 24 años	14,4%
De 25 a 69 años	60,7%
Más de 70 años	9,9%
Más de 80 años	3,0%

*Nota.* El 65.1% de la población se encuentra entre los 15 y 69 años de edad. Tomado de: *Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la ONU*: División Poblaciones - Perspectivas 2010 – (Tasa poblacional en Rusia de acuerdo con las etapas del desarrollo). (s. f.). Últimos datos disponibles.

### 6.2.2 Composición de los hogares.

Map, H. W. (2017), presenta, de acuerdo con el censo efectuado en el año 2002, un registro de Rusia en cuanto que existían 49 millones de hogares, de los cuales 13 millones son unidades individuales, 34 millones de apartamentos y 500.000 viviendas sociales.

El tamaño promedio de los hogares es de 2.7 personas y la mayor concentración 66% de los hogares tienen entre 2 y 4 personas. (ver tabla 22).

Tabla 22. *Composición de los hogares.*

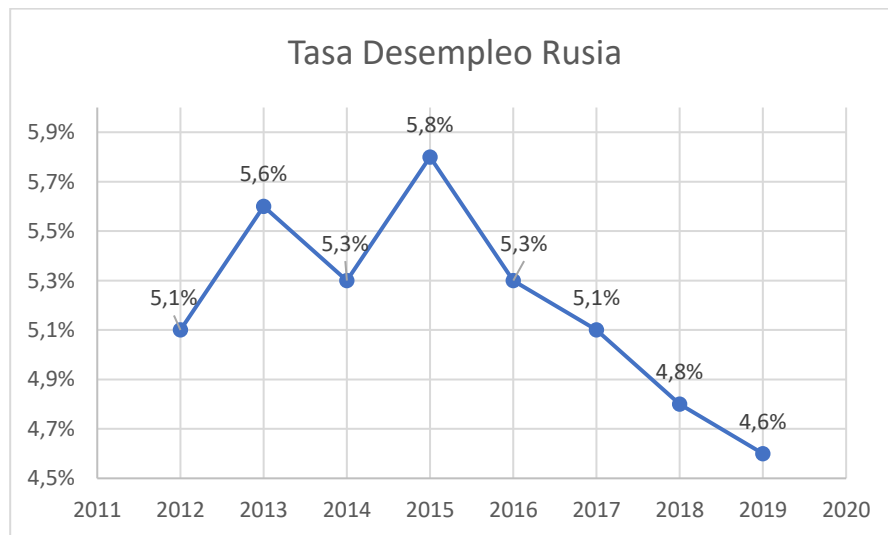
Rango de edad	%
Edad media del jefe de familia	47,0 años
Número total de hogares (en millones)	54,6
Tamaño promedio de los hogares	2,7 personas
Porcentaje de hogares de 1 persona	25,7%
Porcentaje de hogares de 2 personas	28,5%
Porcentaje de hogares de 3 a 4 personas	37,0%
Porcentaje de hogares de más de 5 personas	8,8%

*Nota.* El 65.5% de los hogares están conformados por 2 a 4 personas. *Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la ONU:* División Poblaciones - Perspectivas 2010 – (Tasa poblacional en Rusia de acuerdo con las etapas del desarrollo). (2010). Últimos datos disponibles.

### 6.2.3 Tasa de Desempleo.

El desempleo en Rusia es uno de los más bajos del mundo, en parte debido a que la legislación no permite que una empresa despida a alguien sin justa causa, pero le permite disminuir los salarios cuando se necesiten, lo que hace que el poder adquisitivo de la gente se vea afectado (ver Figura 17).

Figura 17. Seguimiento longitudinal de la tasa de desempleo en Rusia desde el año 2012.



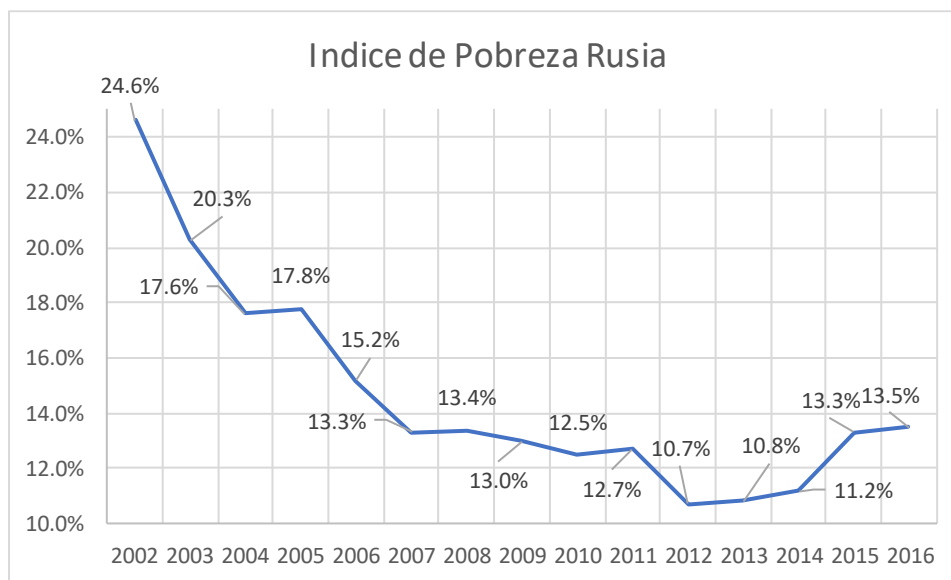
*Nota.* La tasa de desempleo en Rusia es una de las más bajas del mundo. Tomado de: **Fondo Monetario Internacional** [FMI]. Gráfico longitudinal del desempleo en Rusia desde el año 2011. (2011.). <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

Map, H. W. (2017), destaca que Rusia ofrece a los desempleados beneficios oficiales, aunque es una especie de garantía, los montos asignados son muy bajos y es difícil sobrevivir con ello ya que el valor del subsidio es inferior al salario mínimo. Para obtener estos beneficios hay que aceptar uno de los dos trabajos que ofrezca el centro de empleo estatal, sin que importe lo mal pagados que sean. Si no se hace así se pierden los beneficios estatales.

#### 6.2.4 Índice de Pobreza.

El porcentaje de la población que está por debajo de los niveles de pobreza está alrededor del 13.5% en el año 2016, con un avance significativo en los últimos 15 años pues en el año 2002 se tenían niveles de pobreza del 25% (ver Figura 22).

Figura 18. Índice de pobreza Rusia.



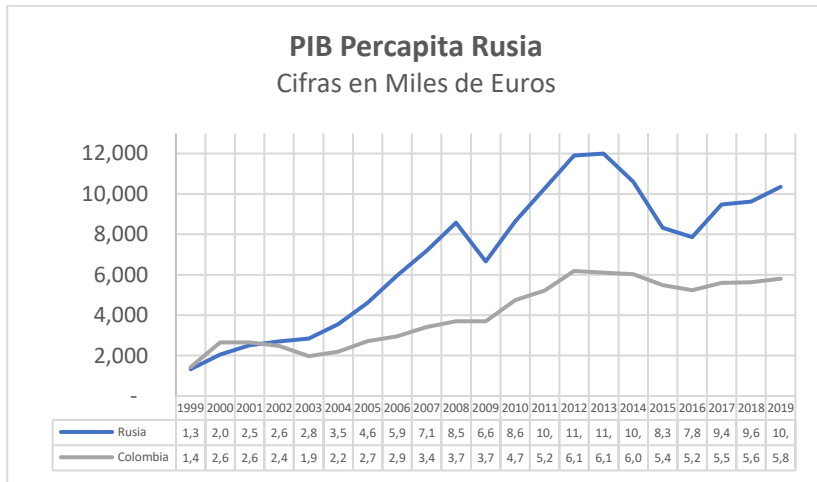
*Nota.* El comportamiento de los índices de pobreza ha presentado una mejoría del 2002 al 2016. **FMI.** Gráfico con la fluctuación de la pobreza en Rusia en las dos últimas décadas. (2017). <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

En Rusia la desigualdad es muy notoria entre las grandes ciudades y algunas zonas rurales. El 1% de la población posee 71% de los activos privados lo que marca esta desigualdad, lo cual aumenta la brecha entre las clases.

**6.2.5 Ingreso Per cápita.**

El ingreso per cápita ruso está por encima del colombiano, según las cifras del año 2019 el ingreso por persona en Rusia ascendió a 10.346 euros, mientras que en Colombia el ingreso Per cápita ascendió a 5.804 euros (ver Figura 19).

Figura 19. PIB Per cápita comparado entre Colombia y Rusia en el último centeno.

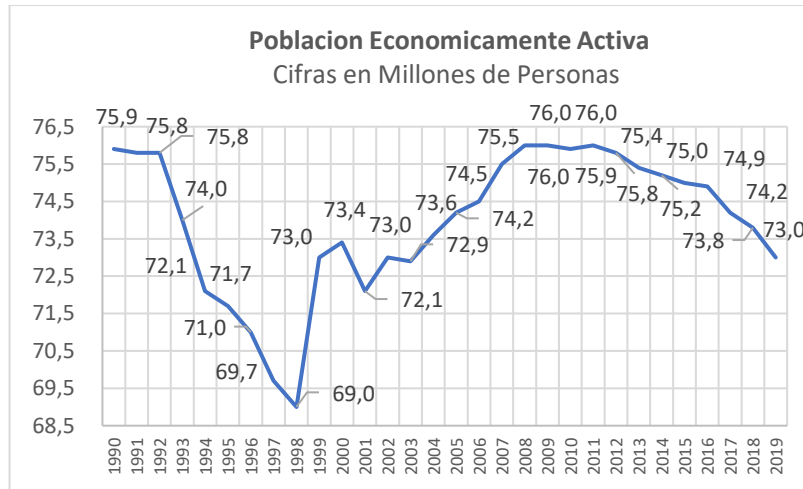


*Nota.* El ingreso per-cápita ruso duplica al de Colombia. *FMI.* Producto Interno Bruto en Rusia en los últimos veinte años. (2020). <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

**6.2.6 Población Económicamente Activa.**

Entre los rusos económicamente activos (15 a 72 años), ambos sexos están representados por igual (37 millones hombres y 37 millones de mujeres). (Ver Figura 20).

Figura 20. Población económicamente activa.



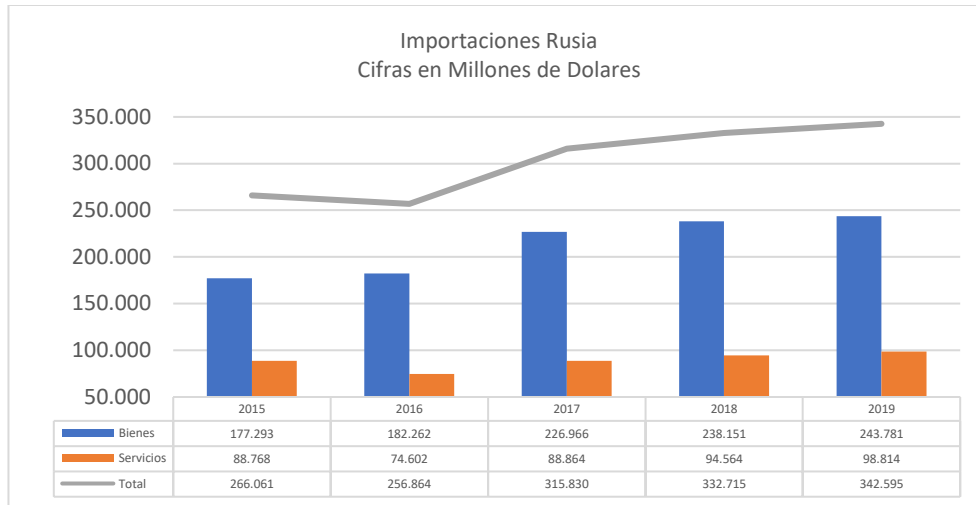
*Nota.* El 51% del total de la población rusa, es económicamente activa. **Banco Mundial.** [BM]. Gráfica con la variación de la empleabilidad en Rusia desde el año 1990. (2020.). <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?locations=RU>.

### 6.3 Comercio internacional en Rusia

El comercio exterior ruso representa el 46% del PIB (Banco Mundial, 2017) lo que evidencia que es un país con políticas abiertas a mercados internacionales, a pesar de su legislación rigurosa y sus políticas arancelarias. Rusia es miembro de la Organización Mundial del Comercio desde el año 2012. Se encuentra entre los 16 países más exportadores del mundo y entre los principales 20 importadores.

La cifra de importaciones de bienes y servicios hacia Rusia, ascendió en el último año a 342.595 millones de dólares americanos (71% Bienes y 29% Servicios) con un crecimiento promedio de 6.52% en los últimos años (ver Figura 21).

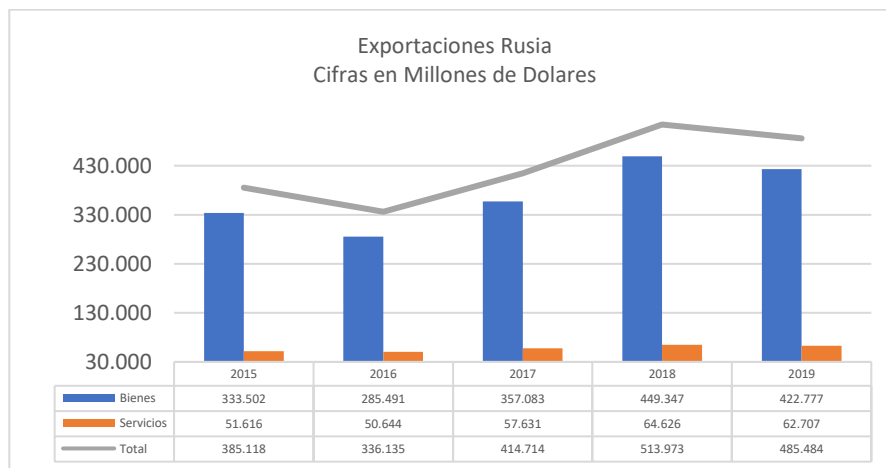
Figura 21. *Importaciones de Rusia desagregadas en los últimos cinco años.*



*Nota.* Se aprecia que el consumo de bienes provenientes del exterior es bastante alto en Rusia. *World Trade Organization* [WTO], (2020). importaciones rusas tanto de bienes como de servicios, desagregadas por año y rubro. (s. f.). [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm).

Por el lado de las exportaciones de bienes y servicios desde Rusia en el último año se exportaron 485.484 millones de dólares americanos (87% Bienes y 13% Servicios), con un crecimiento promedio de 5.96% en los últimos años (ver Figura 22).

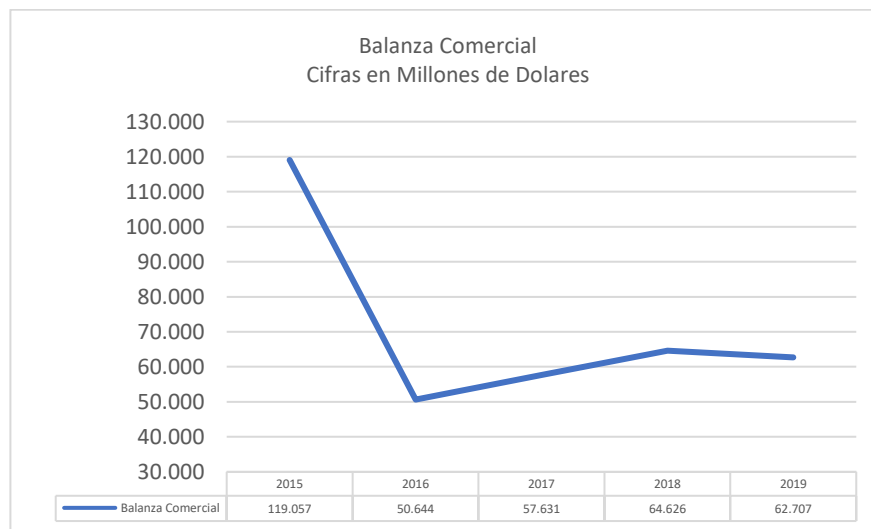
Figura 22. *Exportaciones en Rusia desagregadas por bienes y servicios en los últimos cinco años.*



**Nota.** Rusia exporta muchos más bienes que servicios, esto indica que es un país con una amplia tendencia hacia la producción. **WTO.** Gráfico con las exportaciones rusas desagregado por bienes y servicios de los últimos cinco años. (2017). [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm).

Rusia ha presentado una balanza comercial positiva durante los últimos cinco años, con un superavit de 62.707 millones de dólares en el año 2018, esto debido a sus riquezas naturales, y principalmente petróleo crudo y gas natural. Tras contraerse, como consecuencia de las tensiones con Europa y Estados Unidos sobre la crisis en Ucrania, al igual que la caída de los precios de las materias primas, el excedente comercial volvió a crecer gracias a la recuperación de sus precios (ver Figura 23).

Figura 23. *Balanza comercial de Rusia en los últimos cinco años.*



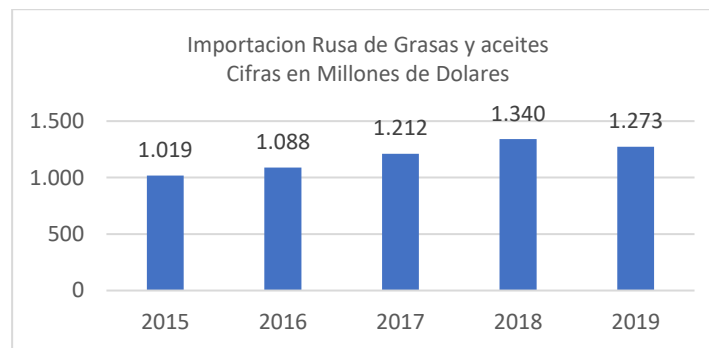
**Nota.** Rusia tuvo un periodo de incertidumbre, por la fuerte caída del 2016, sin embargo, es evidente que tiene tendencia a la estabilización de su balanza comercial. **WTO.** Gráfico con la balanza comercial de Rusia de los últimos cinco años. (2017). [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm).

Su principal producto de exportación son los hidrocarburos (más de 50% de las exportaciones), combustibles sólidos, hierro y acero, trigo y morcajo, joyas, así como metales preciosos y madera, e importa sobre todo maquinaria, productos farmacéuticos, equipamiento electrónico, vehículos y plásticos.

Los productos que más importa Rusia son máquinas, aparatos mecánicos, vehículos, productos farmacéuticos, plástico, frutas y frutos comestibles, productos químicos orgánicos, caucho, prendas de vestir, aceites esenciales, calzado, bebidas alcohólicas, leche, muebles, juguetes, etc.

Respecto de los aceites, Rusia ha efectuado la importación de 1.200 millones de dólares en promedio durante los cinco últimos años lo que equivale a un 0.56% del total de las importaciones de productos efectuadas al país, cifra que en todo caso es representativa. Sin embargo, estas no han sufrido variaciones significativas (ver Figura 24).

Figura 24. *Importación Rusa de grasas y aceites.*



*Nota.* Las importaciones en los últimos 5 años de grasas y aceites en Rusia, se mantienen estables, lo que indica que el mercado ya está llegando a un punto de saturación. *WTO*. [Gráfico que detalla la fluctuación de las importaciones rusas en grasas y aceites de los últimos cinco años]. (2017). [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm).

Para Rusia los principales socios comerciales son China, Alemania, los Países Bajos y Bielorrusia en cuanto a Latinoamérica Brasil y Perú tienen la más alta tasa de intercambio comercial.

Del total de importaciones efectuadas por Rusia, Colombia ha exportado a ese país 122 millones de dólares lo que equivale a un 0.057% del total importado. Colombia exporta a Rusia principalmente plantas vivas y productos de floricultura, carne, café, frutas y frutos comestibles, azúcares, cacao, combustibles, leche y productos lácteos, cobre, etc.

Colombia no ha incursionado en el mercado ruso con grasas y aceites animales y vegetales a pesar que exporta al mundo más de 500 millones de dólares de este producto.

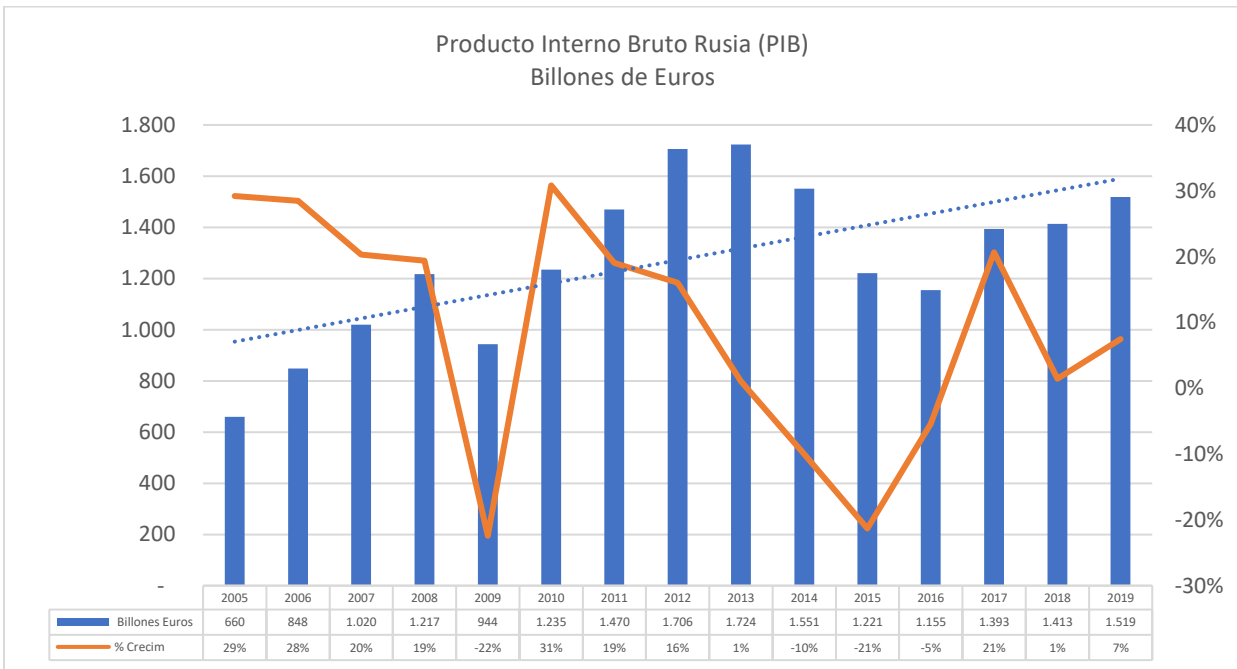
**6.4 Contexto macroeconómico de Rusia**

Con el objetivo de identificar el comportamiento y evolución de las principales variables macroeconómicas de Rusia, se hará una revisión de las cifras de su economía.

**Producto Interno Bruto.**

El PIB corriente ruso alcanzó la cifra de EUR\$1.519 billones en el año 2019, similar al registrado por países como Canadá y Corea. Su PIB per cápita corriente ascendió a EUR\$10.346, superior al registrado por Colombia de EUR\$5.804 (ver Figura 25).

Figura 25. *Producto Interno Bruto de Rusia en euros por año comparado con su crecimiento anual.*



**Nota.** Se observa que, en los últimos 15 años, Rusia ha tenido mucha inestabilidad en su crecimiento, sin embargo, es un país con un margen de estabilidad que genera confianza en los mercados internacionales. **FMI.** [Gráfico con la fluctuación del PIB ruso de los últimos quince años, comparado con la tasa de crecimiento anual]. (2020). <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>

Rusia tiene grandes riquezas naturales. El sector primario de la economía representó el 16,4% del PIB en 2018. A pesar de su gran extensión, su suelo cultivable es pequeño teniendo en cuenta que sus condiciones climatológicas son desfavorables. Sin embargo, Rusia es de los principales exportadores de granos, especialmente de trigo, de maíz y de cebada. En la zona norte se concentran en la producción pecuaria, en la meridional y en Siberia occidental se produce cereales. Igualmente, tiene gran diversidad en su sector minero, petrolero, con una grande producción de gas natural y petróleo. Así mismo, es exportador de diamantes, de níquel y de platino. En cuanto al sector secundario, éste participó con el 19,8% del PIB.

Los sectores industriales que más desarrollo han tenido son los de: construcción, metalurgia, química, forestal, maquinaria y el sector defensa. Por su parte, el sector terciario de la economía representó el 63,8% del PIB en 2018.

Debido a su gran extensión es muy significativo en su comercio el sector de transporte, comunicaciones y comercio. El turismo es una fuente ingresos importante. La caída del precio del petróleo a nivel global coincidió con la imposición de sanciones por parte de Estados Unidos por el caso de Crimea. Esto afectó el desempeño de la economía, cuyo PIB registró variaciones negativas de 21% y 5% en 2015 y 2016, respectivamente.

#### **6.4.1 Inflación.**

La inflación de Rusia de los últimos 10 años se ha mantenido entre el 2 y el 12 %, siendo la más baja la presentada en el año 2017 que fue del 2.5%. La tasa disminuyo del 4.3% en el año 2018 al 3% en el año 2019, los buenos resultados en las cosechas de los productos agrícolas contribuyo a una disminución en el precio de los alimentos (ver Figura 26).

Figura 26. *Inflación en Rusia desde el año 2000.*



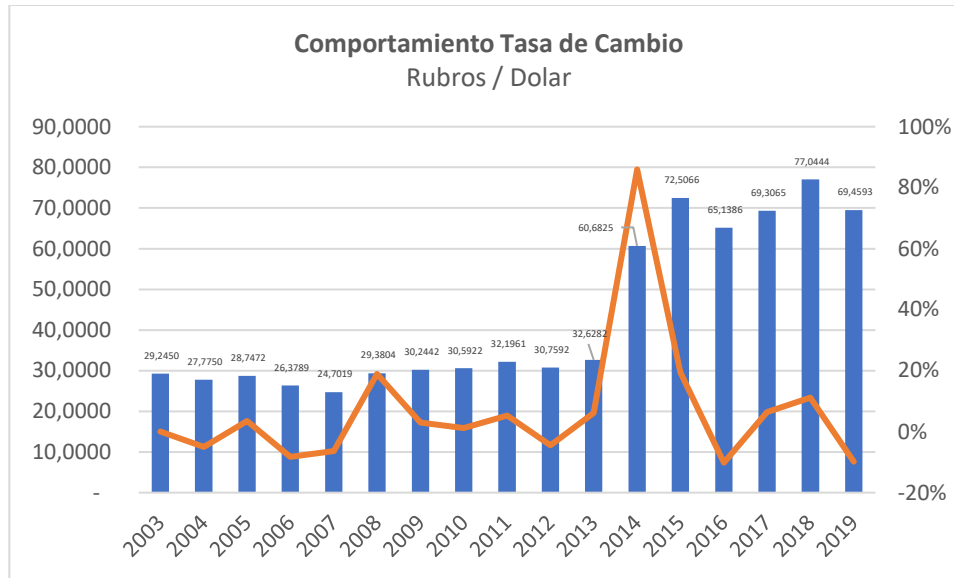
*Nota.* La inflación en Rusia en los últimos años ha registrado inestabilidad, aunque con una tendencia a la baja. *FMI.* [Detalle del decrecimiento de la inflación en Rusia]. (2020). <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

La inflación baja contribuye a que el poder adquisitivo de las personas se mantenga y el nivel de vida sea favorable para los consumidores rusos.

#### **6.4.2 Tasa de cambio.**

El Rublo es la moneda oficial (рубль, rubl') de Rusia y de la república de Abjasia y Osetia del Sur, que ha tenido un comportamiento bastante incierto (ver Figura 31).

Figura 27. *Comportamiento tasa de cambio.*



**Nota.** La tasa de cambio de la moneda rusa ha sufrido una seria baja con respecto al euro, sin embargo, su participación en el mercado europeo da confianza. *FMI*. [Gráfico comparativo entre el Euro y el Rubro de los últimos diez años]. (2020). <https://datosmacro.expansion.com/divisas/rusia>.

El valor del dólar llegó a superar los 77.0444 rubros en el año 2018 debido a las sanciones impuestas por occidente por la anexión de Crimea y el deterioro del clima inversor del país.

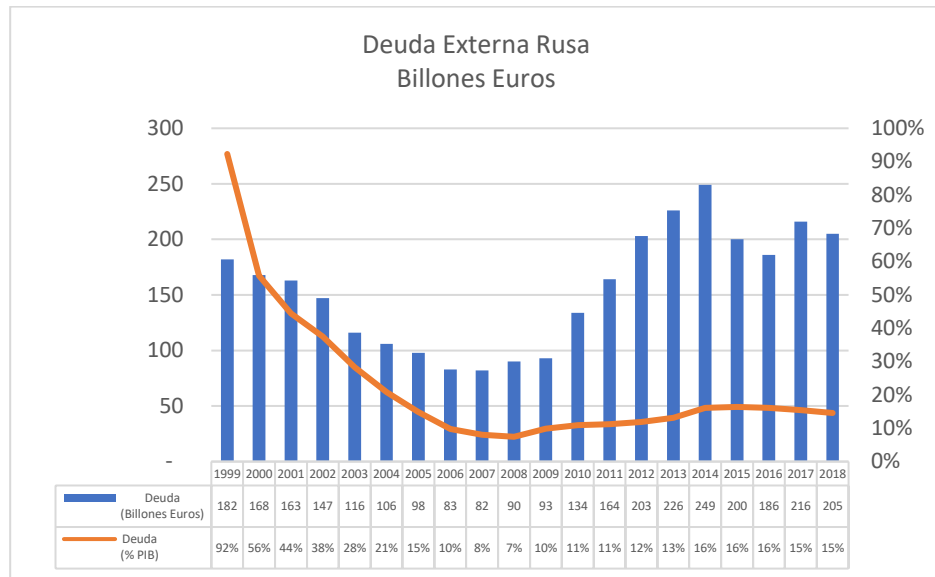
Esta moneda, además, es altamente sensible a la volatilidad en los precios del petróleo debido a que gran parte de su economía está soportada en los hidrocarburos, lo que ha llevado a que el Rubro toque sus mínimos históricos desde 2007 cuando la tasa de cambio se situaba en 24.7019 rubros por dólar.

A pesar de que la inflación se ha mantenido contralada, es posible que la devaluación del Rubro lleve a que la inflación tenga un aumento sin precedentes.

### 6.4.3 Deuda Externa.

Para el año 2018 Rusia tenía una deuda externa de alrededor de los 205 billones de Euros, siendo una de las bajas del mundo (ver Figura 28).

Figura 28. *Deuda externa rusa.*



**Nota.** La Deuda Externa Rusa ha registrado una baja importante y sostenida, indicativo de una economía con creciente autosuficiencia. *FMI*. [Gráfico con el seguimiento de la Deuda Externa Rusa de los últimos veinte años]. (2020). <https://datosmacro.expansion.com/divisas/rusia>.

Disminuye la dependencia del estado de los flujos financieros externos. Rusia no ha necesitado fondos debido a que cuenta con un presupuesto libre de déficit lo que le garantiza la posibilidad de su rápido desembolso.

La situación de la deuda rusa tiene sus ventajas, pero también se convierte en una limitante para el desarrollo económico del país, pues estos recursos se deberían enfocar en proyectos que sean útiles y rentables.

El superávit ruso le permite mantener un endeudamiento bajo siempre y cuando el precio internacional del petróleo tenga un comportamiento estable.

### 6.5 Perfil del consumidor ruso

El consumo de bienes en Rusia es alto teniendo en cuenta que sus consumidores compran productos de manera impulsiva. La población de ingresos medios da importancia en cuenta a la marca del producto, a su calidad y así mismo a la duración o vida útil del producto. Aunque el

precio suele no ser tan importante, en las temporadas de ofertas el consumidor se siente muy atraído a la adquisición de los bienes.

La revista Gestión de Perú (2018) refiere que los consumidores rusos marcaron una tendencia a probar productos nuevos. El 38% de los consumidores indicaron que conoce los nuevos productos una vez estos son colocados en los estantes, siendo una cifra significativa ya que promedio global es del 29%. Sin embargo, es importante resaltar que los consumidores en Rusia son leales a las marcas que utilizan. El reporte de Nielsen infirió que los rusos sólo compran más al corto plazo; el 25% del consumo satisfacen una necesidad inmediata. Durante los últimos años y teniendo en cuenta la crisis financiera, el consumo ha disminuido a un 7,1%.

El consumo de los hogares para el año 2016, representó para la economía rusa 834.816 millones de dólares, como se ve en la tabla 20, no obstante presentar una reducción del 4.5% respecto del año inmediatamente anterior (ver Tabla 23).

Tabla 23. *Gasto de consumo de hogares 2014-2016.*

Gasto de consumo de los hogares	2014	2015	2016
<b>Gastos de consumo de los hogares</b> (Millones de USD, precio constante de 2000)	968.465	874.206	834.816
<b>Gastos de consumo de los hogares</b> (crecimiento anual, %)	1,9	- 9,7	- 4,5
<b>Gastos de consumo de los hogares per capita</b> (USD, precio constante de 2000)	6.629	5.971	5.692
<b>Gastos de consumo de los hogares</b> (% of GDP)	53,4	52,1	53,4

*Nota.* Los rusos se caracterizan por ser una sociedad que defiende la calidad de vida y el lujo es parte de su cultura. El consumo de insumos de marca es parte de ello. **World Bank.** Indicadores. (2015). <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.CON.PRVT.KD?locations=RU>

Aunque en la actualidad se ha notado una recuperación, el consumo sigue estando por debajo de antes de iniciar la crisis. Con esta nueva realidad económica el consumidor ruso es más

exigente con sus compras. Más de la mitad de los consumidores (57%) realiza diferentes visitas a tiendas en busca de ofertas, aunque siguen siendo leales a sus marcas favoritas. Un 17% ha optado por opciones más económicas.

El 30% del consumo en los hogares rusos está representado por los alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido por el transporte, gastos relacionados con la vivienda, la ropa y el calzado (ver Tabla 24).

Tabla 24. *Gasto por categoría.*

Gastos consumo por categoría de productos	2011
Alimentos y bebidas no alcohólicas	30,0%
Transporte	12,2%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	10,1%
Ropa y calzado	9,0%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	8,1%
Ocio y cultura	5,1%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4,9%
Comunicación	4,6%
Salud	3,6%
Hoteles, cafés y restaurantes	3,3%
Educación	1,0%

*Nota.* Se puede observar que el sector de alimentos y bebidas ocupa el mayor porcentaje de consumo por producto. **World Bank**. Indicadores. (2015). <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.CON.PRVT.KD?locations=RU>

El mercado de distribución en Rusia sigue siendo un componente importante. Es por esto que los negocios usuales como tiendas de marcas, mayoristas, distribuidores, comercializadores directos, etc., siempre tendrán un impacto significativo en el consumidor.

El 68% del mercado de la alimentación es manejado por la venta moderna como hipermercados, tiendas de departamentos, tiendas de descuento, tiendas cash-and-carry, en línea, venta directa. Y el 22% es controlado por tiendas en formato de descuentos ligeros, este último mercado es el de mayor y más rápido crecimiento.

La edad promedio de la población es de 39,6 años. Al tener poca confianza en el sistema bancario, los rusos ahorran poco ya que gastan más del 80% de su ingreso. Cabe anotar que sólo 16% de los consumidores rusos sienten agrado por ir de compras, este dato comparado con 26% a nivel global es bajo. La familia es muy importante para los rusos y esto afecta sus hábitos de compra, el 53% de los consumidores realizan compras para la familia comparado con 45% a nivel global.

La población rusa vive mayormente en las ciudades (73%), y este es el grupo con mayor poder adquisitivo (85%). Con un aproximado de 25 millones de habitantes la clase media emergente genera el 80% de la demanda de bienes y servicios del país. Los rusos gustan de un gran estilo de vida simulando el occidental, apreciando gustos sofisticados. En términos de publicidad, la televisión y las redes sociales son métodos efectivos.

La recesión en esa nación fue sentida por los consumidores ya que los ingresos cayeron y los precios de los bienes y servicios aumentaron, afectando principalmente el presupuesto de los hogares. Este aumento se vio reflejado en el aumento de los precios de los alimentos.

Los consumidores han empezado a comprar menos y a buscar mejores y más ofertas; adicionalmente con la globalización de la economía, los sitios para compras web se han

aumentado las compras en el extranjero en los cuales se ofrecen mejores precios y una mayor variedad de productos. Gracias a los subsidios estatales y las bajas tasas de interés existe una gran demanda de hipotecas. (Santander/Tradeportal, 2019).

Como conclusión se puede decir, que Rusia se constituye en un mercado atractivo para el aceite de aguacate, de su población de 147 millones de habitantes un total del 20% se encuentran ubicadas en grandes ciudades en donde se encuentra el mayor volumen de personas con capacidad de compra.

Del total de personas económicamente activas (73 millones de personas), la mujer representa el 50% no obstante la población rusa está conformada por 77 millones de mujeres contra 69 millones de hombres con mayoría de personas del sexo femenino. La mayor concentración de la población se encuentra en el rango de los 25 a los 69 años, ideal para el tipo de producto que es el aceite de aguacate.

El 67% de los hogares de ese país están confirmados por entre dos y cuatro personas, siendo la prioridad del gasto los relacionados con los alimentos.

Rusia tiene una tasa de desempleo baja 4.6%, casi la mitad de la tasa de desempleo en Colombia que en los últimos años ha estado alrededor del 10%, esto garantiza que un gran porcentaje de la población tiene la capacidad de atender sus necesidades básicas.

El ingreso per cápita está por encima del colombiano, según las cifras del año 2019 el ingreso por persona en Rusia ascendió a 10.346 euros, mientras que en Colombia el ingreso Per cápita ascendió a 5.804 euros.

Respecto de los aceites, han importado 1.200 millones de dólares en promedio durante los cinco últimos años, lo que equivale a un 0.56% del total de las importaciones de productos

efectuadas al país. El aceite de Oliva es uno de los 20 productos que más importan, siendo España e Italia los principales proveedores.

Colombia no ha incursionado en el mercado ruso con grasas y aceites animales y vegetales a pesar que exporta al mundo más de 500 millones de dólares de este producto.

El aceite de aguacate puede sustituir en gran parte el consumo del aceite de Oliva, teniendo en cuenta que posee incluso mejores beneficios y propiedades que el primero.

Por último, podemos establecer que este producto puede ser bien acogido por el consumidor ruso con capacidad de compra, dado que prefiere la calidad por encima de la tradición familiar y el precio.

## **7. Proceso logístico para la exportación del producto**

El proceso logístico contempla todo el paso a paso que llevaría la mercancía hasta la puesta en el país destino del producto.

### **7.1 Embalaje del producto**

Para garantizar la integridad del producto en todo el proceso del desarrollo logístico se hace necesario este punto porque será el que sirva de protección y además es la presentación final del producto terminado. Para esto se plantea una botella de 250 ml con embalaje en caja para su envío (ver Figura 29).

#### ***Volumen de la botella de 250 cm<sup>3</sup>.***

Figura 29. *Medidas de la botella para exportación de producto.*



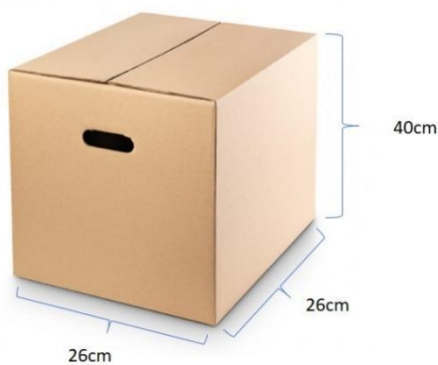
**Nota.** Describir las medidas de la botella del aceite de aguacate permite que el exportador y consumidor reconozca la cantidad de aceite en cada botella. Elaboración propia.

Peso de la botella llena      400 gramos

### ***Medidas de la caja.***

La caja donde se empaca el producto debe cumplir con unas especificaciones que protejan su integridad ya que de ello depende la custodia del mismo y la integridad de su calidad (ver Figura 30).

Figura 30. *Medidas de la caja para exportación de producto.*



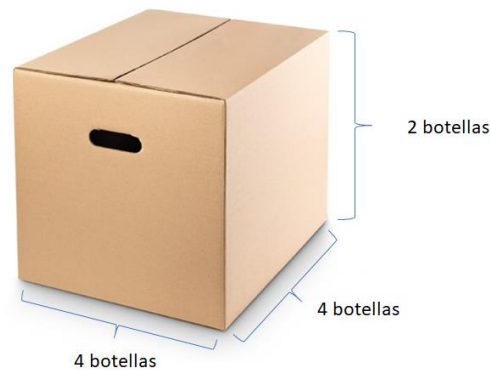
**Nota.** Describir las medidas de la caja para exportación permite conocer la cantidad de botellas en cada caja para su envío. Elaboración propia.

Resistencia máxima de la caja 13,5 kg

En este caso, es importante tener en cuenta el tamaño, el material, el peso y la dimensión de cada botella, para así tener claro el tipo de caja que se requiere (ver figura 31).

***Calculo de botellas por caja.***

Figura 31. *Cálculo de botellas por caja en la exportación.*

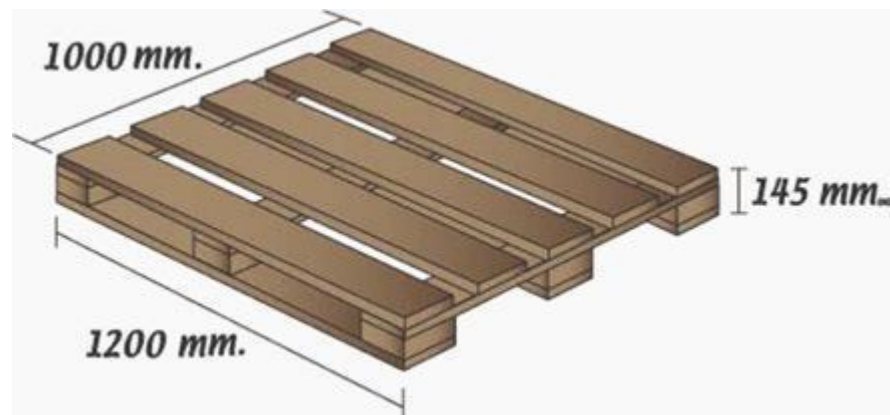


**Nota.** Describir el Cálculo de botellas por caja en la exportación nos permite revisar el número de botellas en cada caja y cómo estarán organizadas. Elaboración propia.

Número de Botellas por caja =  $4(\text{ancho}) \times 4(\text{Fondo}) \times 2(\text{alto}) = 32$  Botellas

La cantidad de botellas por caja serían 32 con un peso de 12,8 kilos que estaría dentro de la capacidad máxima (ver Figura 32).

Figura 32. *Medidas de las estibas.*



*Nota.* Medidas de la estiba en la cual estarán las cajas con el producto. Elaboración propia.

Cantidad de cajas por estiba:

Peso máximo de la estiba 500 kg

Cajas máximas por estiba=  $500/12,8 = 39$  cajas

Largo  $120/26 = 4,62 = 4$

Ancho  $100/26 = 3,84 = 3$

Cajas por estiba serían  $3(\text{Largo}) \times 4(\text{Ancho}) \times 2(\text{Alto}) = 24$  cajas por estiba

**Medida de contenedor de 20 pies.**

Figura 33. Medidas del contenedor.



*Nota.* Los contenedores permiten llevar las estibas y su contenido. Elaboración propia.

Medidas internas del contenedor:

Alto	2,392 m
Ancho	2,352 m
Largo	5,890 m

Cantidad de estibas por contenedor

Alto	2,392 / (14,5+80)	=	2,5312
Ancho	2,352 / 1	=	2,3520
Largo	5,890 / 1,20	=	4,9083

Cálculo de estibas por contenedor = 2(Alto) x 2(Ancho) x 4(Largo)

Cálculo de estibas por contenedor = 16 estibas por contenedor

**Resumen.**

Estibas por contenedor	16	12,288 botellas por
Cajas por estiba	24	contenedor
Botellas por caja	32	

## 7.2 Costo flete nacional del contenedor

Teniendo en cuenta que las plantas de extracción de aguacate se encuentran principalmente en las ciudades de Bogotá y Medellín, a continuación, se relacionan los costos promedio de transporte nacional de un contenedor de 20 pies.

Tabla 25. Costo del flete del contenedor por trayecto

Origen	Destino	Vehículo	Tipo Carga	Costo	Flete
Bogotá	Buenaventura	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,133,146	2,510,000
Bogotá	Barranquilla	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	3,233,023	3,804,000
Bogotá	Santamarta	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	3,315,162	3,900,000
Bogotá	Cartagena	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	3,100,905	3,648,000
Medellín	Buenaventura	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	1,977,703	2,327,000
Medellín	Barranquilla	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,591,732	3,049,000
Medellín	Santamarta	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,957,143	3,479,000
Medellín	Cartagena	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,485,049	2,924,000

*Nota.* Comparación fletes transporte contenedor 20 pies origen Bogotá y Medellín.

**Fuente:** Elaboración propia compilada de Sictac – Sistema de costos eficientes de transporte (transporte, 2020)

Igualmente se relacionan los costos de transporte nacional de un contenedor de 40 pies.

Tabla 26. *costo del contenedor de 40” por trayecto*

Origen	Destino	Vehículo	Tipo Carga	Costo	Flete
Bogotá	Buenaventura	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	2,980,944	3,507,000
Bogotá	Barranquilla	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	4,346,343	5,113,000
Bogotá	Santamarta	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	4,152,501	4,885,000
Bogotá	Cartagena	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	4,443,988	5,228,000
Medellín	Buenaventura	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	3,418,411	4,022,000
Medellín	Barranquilla	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	3,554,198	4,181,000
Medellín	Santamarta	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	4,076,653	4,796,000
Medellín	Cartagena	Tractocamión 3 ejes – Tractomula	Contenedor 40	3,418,410	4,022,000

*Nota.* Comparación fletes transporte contenedor 40 pies origen Bogotá y Medellín.

Elaboración propia compilada de Sictac – Sistema de costos eficientes de transporte (transporte, 2020)

### 7.3 *Alternativas para el transporte Internacional del producto*

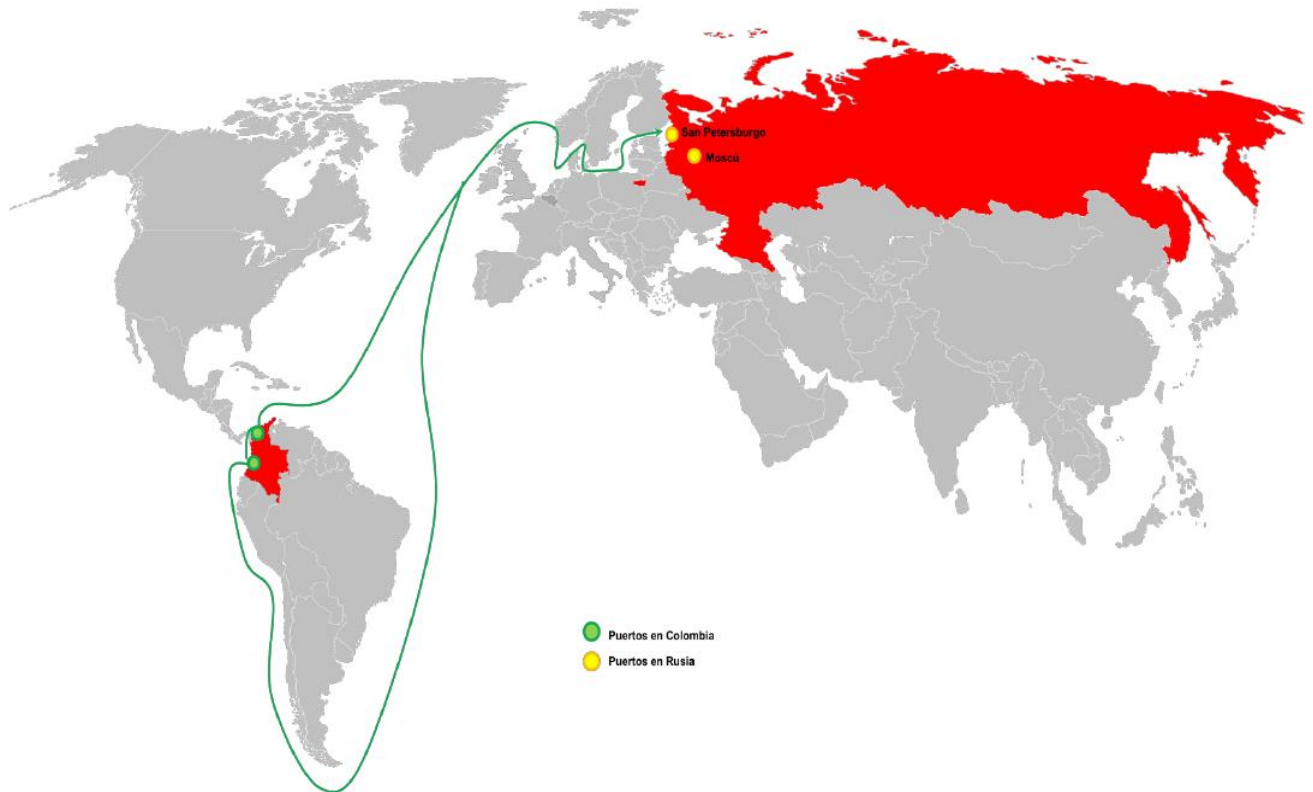
#### 7.3.1 *Acceso Marítimo Rusia*

El transporte marítimo es el más empleado para el abastecimiento nacional e internacional, Rusia cuenta con grandes lagos y accesos interiores marítimos como el mar Caspio, el mar Negro y el lago Baikal denominados como vías de acceso al país.

Rusia cuenta con cerca de 40 puertos utilizados para el tráfico comercial. (ver Figura 47).

- Novorossiysk
- San Petersburgo
- Kaliningrado

Figura 34. *Rutas Marítimas Colombia – Rusia*



*Nota.* Como todo recorrido marítimo, el tiempo es un factor a tener en cuenta sobre todo por la distancia que las embarcaciones que deben transitar hacia su destino. *Procolombia*. Exportaciones. (2018). <http://www.procolombia.co/node/677>.

### 7.3.2 Servicios Marítimos; Tiempo y Frecuencia desde los puertos de Colombia.

Según la tabla 24, saliendo desde Colombia se cuenta con un servicio directo desde la ciudad de Santa Marta a San Petersburgo este con un tiempo aproximado de tránsito de 22 días.

Se cuenta con servicios de conexión en las siguientes ciudades:

- Cristóbal – Panamá
- Manzanillo – Panamá
- Balboa – Panamá
- Callao – Perú
- Hamburgo – Alemania

- Rotterdam – Países Bajos

Los tiempos allí pueden variar de acuerdo a la naviera, el origen o el destino, estos varían entre los 23 y 37 días (ver Tabla 26).

Tabla 27. *Frecuencia y tiempo de transito Colombia – Rusia.*

Origen	Destino	Tiempo de transito directo (días)	Tiempo de transito conexiones (días)	Frecuencia
Barranquilla	Moscú		29-36	Semanal
	San Petersburgo		25-34	Semanal
Buenaventura	Moscú		34-37	Semanal
	San Petersburgo		24-34	Semanal
Cartagena	Moscú		29-32	Semanal
	San Petersburgo		20-33	Semanal
Santa Marta	San Petersburgo	22	34	Semanal

*Nota.* El tránsito entre Colombia y Rusia, según la lectura que se hace, requiere de itinerario y logística muy rigurosos. *Procolombia*. Exportaciones. (2018). <http://www.procolombia.co/node/677>.

### 7.3.3 Navieras y Consolidadores, Colombia – Rusia.

- Maersk
- Hamburg Süd
- Hapag-Lloyd
- MSC (Mediterranean Shipping Company)

#### *Acceso Aéreo a Rusia.*

Rusia ofrece a nivel aeroportuario 1.260 aeropuertos, clasificados de la siguiente manera:

- Aeropuertos con pista sin pavimentar: 620
- Aeropuertos con pista pavimentada: 640

De los 640 aeropuertos 51 superan 3.047 km de longitud de pista, los más importantes son:

- Aeropuerto internacional de Moscú Domodedovo

- Aeropuerto internacional de San Petersburgo Pulkovo (ver Figura 48).

Figura 35. *Rutas Aéreas Colombia – Rusia.*



*Nota.* Tal como se aprecia en la figura, la ruta de los vuelos que deben llegar a su destino es bastante larga y tediosa, debido a las escalas que las aeronaves deben realizar. *Procolombia*. Exportaciones. (2018). <http://www.procolombia.co/node/677>.

#### 7.3.4 *Servicios Aéreos; Frecuencia y Conexiones de Aerolíneas.*

El transporte de la carga de Colombia a Rusia, como se ve en la tabla 25, se efectúa por medio de aerolíneas con conexiones en las ciudades Miami, Londres, Frankfurt, Luxemburgo, etc., que van a destinos definidos (ver Tabla 28).

- Moscú
- Krasnodar
- Nizhny

- Novgorod
- Perm
- UFA
- Rostov
- Samara
- Volgogrado

Tabla 28. *Frecuencia y Conexiones de aerolíneas Colombia – Rusia.*

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	Clase
British Airways	Miami-Estados Unidos Londres-Inglaterra	Todos los días	Pasajeros
Air Cargo Germany (ACG)	Frankfurt-Alemania	Martes y Viernes	Carga
Aerolog	Miami-Estados Unidos	Lunes a Sabado	Carga
Cargolux	Luxemburgo	Martes, Viernes y Domingo	Carga
IBERIA	Madrid-España	Todos los días	Pasajeros
Singapore Airlines	Los Angeles-Estados Unidos Singapur	Miercoles y Sabados	Carga
DELTA	Atlanta-Estados Unidos	Todos los días	Pasajeros

*Nota.* Se detalla que las relaciones entre ambos países la prioridad son las exportaciones e intercambio de productos. *Procolombia*. Exportaciones. (2018). <http://www.procolombia.co/node/677>.

#### 7.4 *Análisis Comparativo Costo de Fletes San Petersburgo.*

Uno de los puntos importantes a evaluar en el proceso logístico son los costos de flete para este caso se estiman los marítimos (ver Tabla 29).

- Costo del flete Marítimo a San Petersburgo.

Tabla 29. *Comparativo de costos flete internacional*

Origen	Destino	Vehículo	Tipo Carga	Costo	Flete Nacional	Flete Internacional	Total	# Botella	Costo por Botella
Bogota	Buenaventura	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,133,146	2,510,000	13,813,000	16,323,000	12,288	1,328
Bogota	Buenaventura	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	2,980,944	3,507,000	15,029,000	18,536,000	24,576	754
Bogota	Barranquilla	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	3,233,023	3,804,000	13,053,000	16,857,000	12,288	1,372
Bogota	Barranquilla	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	4,346,343	5,113,000	14,269,000	19,382,000	24,576	789
Bogota	Cartagena	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	3,100,905	3,648,000	13,053,000	16,701,000	12,288	1,359
Bogota	Cartagena	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	4,443,988	5,228,000	14,269,000	19,497,000	24,576	793
Medellin	Buenaventura	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	1,977,703	2,327,000	13,813,000	16,140,000	12,288	1,313
Medellin	Buenaventura	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	3,418,411	4,022,000	15,029,000	19,051,000	24,576	775
Medellin	Barranquilla	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,591,732	3,049,000	13,053,000	16,102,000	12,288	1,310
Medellin	Barranquilla	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	3,554,198	4,181,000	14,269,000	18,450,000	24,576	751
Medellin	Cartagena	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,485,049	2,924,000	13,053,000	15,977,000	12,288	1,300
Medellin	Cartagena	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	3,418,410	4,022,000	14,269,000	18,291,000	24,576	744

*Nota.* Análisis costo flete nacional e internacional contenedor 20 y 40 pies para los puertos Buenaventura, Cartagena y Barranquilla. Elaboración propia (Américas, 2020)

### 7.5 Costo del Flete aéreo a San Petersburgo

El flete aéreo hacia Saint Petersburgo desde Bogotá para 250 kg oscila entre los \$2.900 – \$3.300 USD (WorldFreight,2020) <https://worldfreightrates.com/es/freight>

### 7.6 Transporte interno en Rusia

**Carreteras:** La infraestructura de transporte de carretera está conformada por 933.000 km. 754.000 km son pavimentados y de estos 30.000 km corresponden a autopistas.

**Ferrocarril:** La infraestructura de transporte de ferrocarril está conformada por 87.157 km, el más importante es el Tren Transiberiano de 9.288 km de longitud, este conecta el costado de Rusia (Europa) con las provincias y ciudades de oriente.

### 7.7 Desempeño Logístico (LPI).

De acuerdo a Logistic Performance Index (LPI), en su resultado publicado por el banco mundial en el 2018 Rusia ocupa la posición 75 en desempeño logístico a nivel mundial, paso de la posición 99 obtenida en 2016. Su índice paso de 2,57 a 2,76 de una calificación de 1 a 5 (ver Tabla 30).

Tabla 30. Índice LPI.

LPI	2010	2012	2014	2016	2018
LPI (Calificación)	2,61	2,58	2,69	2,57	2,76
LPI (Posición Mundial)	94	95	90	99	75

*Nota.* El índice de desempeño de Rusia es un asunto a tener en cuenta, ya que su calificación puede inquietar a los productores que desean exportar a ese país. **Banco Mundial** [BM]. Índice de Calificación por País.

(2018). <https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/line/254/C/RUS/2018/R/ECA/2018/I/UMC/2018?sort=desc&order=LPI%20Score#datatable>.

El desempeño presentado por Rusia en los aspectos y componentes de la evaluación del LPI lo ubica en la mitad de la tabla mundial (ver Tabla 31).

Tabla 31. *Índice LPI.*

Aspectos Evaluados	Puntaje	Puesto
<b>Eficiencia Aduanera</b>	2,42	97
<b>Calidad de la Infraestructura</b>	2,78	61
<b>Competitividad de transporte internacional de carga</b>	2,64	96
<b>Competencia y calidad en los servicios logísticos</b>	2,75	71
<b>Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos</b>	2,65	97
<b>Puntualidad en el transporte de carga</b>	3,31	66

*Nota.* Como se ve de la anterior tabla, los exportadores colombianos deben tener en cuenta en que el desempeño de Rusia no está entre los mejores. **BM.** (2018). Desempeño por país.

<https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/line/254/C/RUS/2018/R/ECA/2018/I/UMC/2018?sort=desc&order=LPI%20Score#datatable>.

## 7.8 *Proceso de exportación del producto.*

- Costo del producto (En pesos colombianos)

Costo total por botella \$19.800

Costo total del contenedor 12.288 \$243.302.400

Margen esperado 15% \$36.495.360

Total valor mercancía \$279.797.760

- Peso del contenedor (kg)

Peso botella	0.4
Peso caja (32 botellas)	12.8
Peso estiba (24 cajas)	307.2
Peso mercancía	4.915,2

- Peso de la estiba (kg)

Peso estiba	25
Peso total estibas	400

- Peso total mercancía (kg)

Peso mercancía	4.915,2
Peso estibas	400
Peso total	5.315,2

Dentro del esquema planteado desde la logística se recomienda evaluar diferentes proveedores que sirvan como referencia para el modelamiento de el volumen, peso y cantidad de unidades a exportar, cumpliendo con los parámetros de envasado, etiquetado y embalaje. Los proveedores plantean precios que van desde los \$19.800 a los \$ 32.750, estos envases en presentaciones de 240 a 250ml. Desde el esquema de gastos y costos se modela el escenario de exportar un contenedor el cual de acuerdo a los cálculos indica las unidades en estibas, cajas, pesos y volúmenes requeridos. A continuación, la recomendación teniendo en cuenta los cálculos;

- **Estibas por contenedor:** 16
- **Cajas por contenedor:** 384

- **Botellas por contenedor:** 12.288
- **Peso Neto total:** 5.315,2 kg

Se toma como referencia el menor precio de \$24.500 encontrado en el mercado de proveedores a nivel local, este podrá variar dependiendo de la demanda de exportación. En adelante se propone evaluar el transporte para lo cual se toma Marítimo y aéreo.

- **Marítimo:** Saliendo de Santa Marta (Colombia) y con llegada a Saint Petersburg (Rusia), este por valor de \$2.885 USD para toda la carga y con un tránsito para este caso directo de 22 días.

- **Aéreo:** Saliendo de Bogotá (Colombia) y con llegada a Saint Petersburg (Rusia), este se estima para una estiba de 250 kg y el valor de este está por el orden de los \$2.900 a \$3.300 USD.

Al realizar la suma del Flete marítimo más el valor de la mercancía, el margen (15%), seguros e impuestos, etc. El valor por envase es \$31.349 COP.

Sin embargo, los anteriores no son las únicas recomendaciones porque a nivel marítimo y aéreo existen otras opciones que representan mayores tiempos de tránsito y en algunos casos un mayor valor. Para los marítimos Buenaventura, Barranquilla y Cartagena se contemplan como opción dentro de las operaciones de las navieras y con destino Moscú como nuevo puerto de llegada al país destino.

En las operaciones aéreas únicamente se cuenta con el Aeropuerto el dorado de Bogotá, pero su oferta de llegada es más amplia, aparecen ciudades como: Moscú, Krasnodar, Nizhny, Novgorod, Perm, entre otras.

Por último, el desempeño logístico del país destino, juega un papel importante entendiendo que desde los últimos años viene mostrando tendencia y mejora en aspectos como lo

son, la eficiencia aduanera, la infraestructura, la competitividad en el transporte internacional, rastreo de envíos y puntualidad en las entregas. Pasando en el 2010 de la posición 94 al 2018 a la posición 75, con esto se convierte Rusia en un país perfecto para el desarrollo de las operaciones logísticas de cara a la exportación de aceite de aguacate.

## **8. Estrategias orientadas a la comercialización del aceite de aguacate hass en la Federación Rusa.**

En Rusia los canales de comercialización para productos de consumo están bien organizados en ciudades importantes como Moscú su capital y centro más poblado, San Petersburgo su puerto principal y la ciudad que actúa como centro de distribución de los bienes de consumo e industriales.

Para ingresar al mercado ruso es necesario conocer los principales importadores quienes actúan como mayoristas al distribuir los productos importados hacia las regiones.

### **8.1 *Análisis de competidores***

Rusia es un gran consumidor de aceite de girasol, maíz, mostaza, semilla de algodón, colza, soja, linaza, cáñamo, coco, amapola, sésamo, nuez, aguacate y también de oliva (Exterior, 2008).

El más popular y tradicional es el aceite de girasol con un 85,7% del mercado, debido a su sabor suave y que los precios de venta al público son accesibles a toda la población, esto ha permitido que Rusia se convierta en uno de los principales productores de aceite de girasol (Exterior, 2008).

Rusia no tiene una producción propia de aceite de aguacate por lo que su consumo depende totalmente de las exportaciones.

Rusia importó en el año 2019 alrededor de 1.273 millones de dólares en Grasas y Aceites Vegetales principalmente de países como Indonesia, Bielorusia, Suecia, Malasia, Italia, Países Bajos y España (Map, 2020).

El aceite de Oliva es el tercer aceite más importado por Rusia siendo los dos principales proveedores España e Italia, el primero con una cuota del 64% del mercado en 2007 (Exterior, 2008).

La empresa española Aperoliva especializada en la exportación de aceite de aguacate y oliva a Europa, Asia EE. UU, Canadá, Austria, América del sur y Rusia se convierte en uno de los principales competidores para este mercado (Aperoliva, 2020).

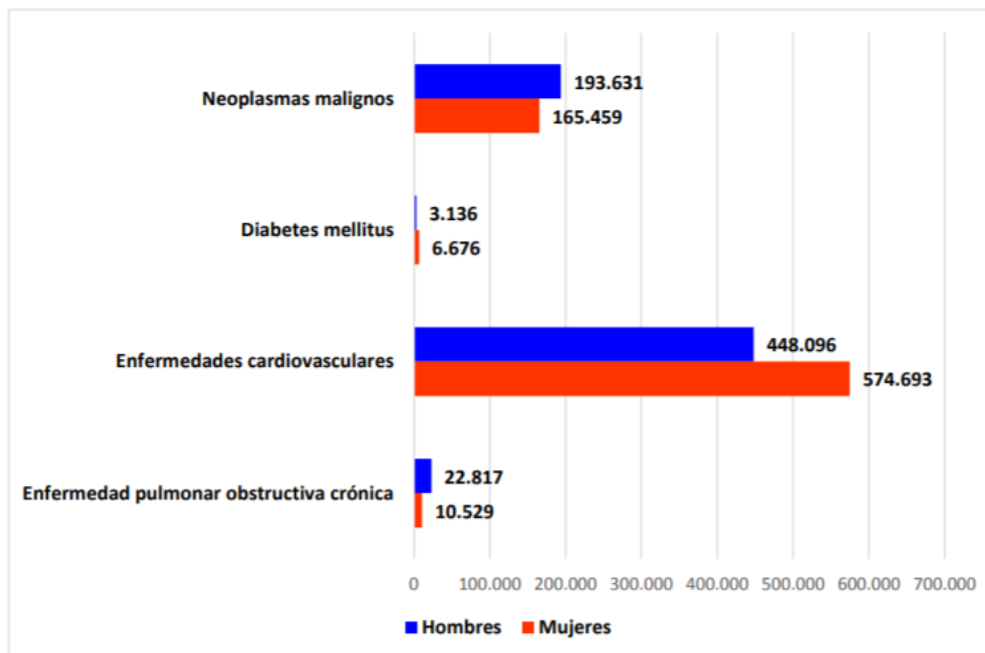
## **8.2 *Análisis de consumidores***

El consumidor ruso percibe el aceite de Oliva y de Aguacate como un producto Premium, al que sólo tienen acceso las clases media y alta de la población. El principal obstáculo que encuentra el comprador ruso es el precio, pues en promedio es nueve veces más costoso que el aceite de girasol.

Sin embargo, la población rusa ha evolucionado en sus hábitos de consumo, cada vez más interesados en el cuidado de la salud demandan productos como el aceite de oliva y aguacate, buscan reemplazar las grasas animales por vegetales dadas las propiedades cardio protectoras.

Este cambio de hábitos está impulsado por los datos de la Organización Mundial de la Salud donde las enfermedades cardiovasculares siguen siendo la principal causa de muerte y representan más de la mitad de las muertes en la Federación de Rusia (ver Figura 36).

Figura 36. *Gráfica de mortalidad por sexo y por enfermedades o comorbilidades.*



*Nota.* En la gráfica se puede observar la comparación por número de muertes atribuidas a enfermedades no transmisibles por tipo de enfermedad y sexo. *The World Bank. How Wealthy is Russia?* (4 de diciembre de 2016). <https://www.worldbank.org/en/country/russia/publication/how-wealthy-is-russia>.

El aceite de aguacate al poseer características similares al de Oliva, puede tener un alto grado de aceptación de parte de los consumidores interesados en una alimentación saludable y el cuidado de la salud.

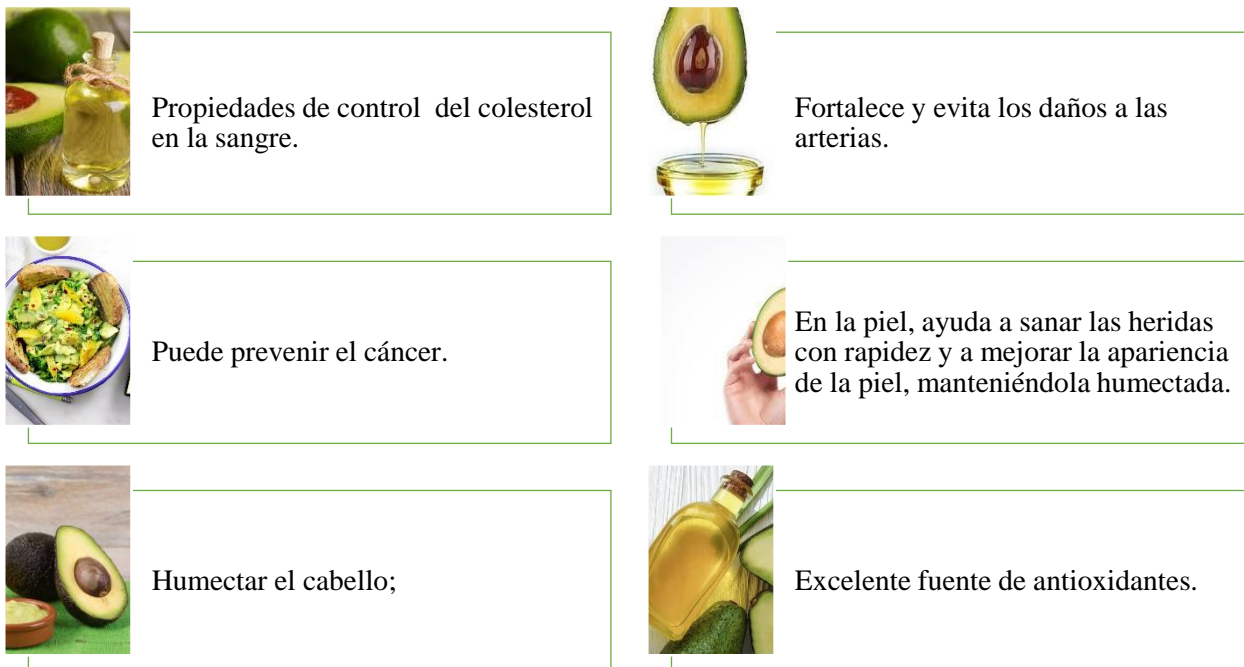
#### **Características del posible consumidor de aceite de aguacate.**

- Consume con más frecuencia el aceite de oliva.
- Distingue características como sabor, color y textura
- Realiza sus compras en supermercados y tiendas especializadas.
- Prefiere la calidad por encima de la tradición familiar y el precio.
- Se interesa por el cuidado personal y la sana alimentación
- Investiga frecuentemente de las propiedades benéficas de lo que consume.

### 8.3 Estrategia de Producto

La implementación de estrategias del producto deberá estar enfocada en la socialización de los factores diferenciadores del producto y en sus beneficios. (ver Figura 37).

Figura 37. *Propiedades para la salud del consumo y uso del aguacate.*



**Nota.** Es importante conocer las propiedades del aceite de aguacate para entender los beneficios del consumo de aceite de aguacate. Elaboración propia.

El aceite de aguacate Hass es un producto novedoso frente a la competencia actual y al ser considerado en la línea premium la estrategia deberá estar enfocada en su presentación:

- Botella con dosificador
- Etiqueta que resalte las propiedades naturales
- Colores oscuros

En este contexto la marca juega un rol importante, el diseño y presentación del producto al ser Premium deberá contener colores que resalten sus beneficios y capten la atención del consumidor.

#### **8.4 Estrategia Promoción**

Como parte de las estrategias de promoción se propone:

- Socializar los usos y beneficios del producto mediante eventos de degustación hechos por chefs conocidos en la región que van a dar credibilidad al producto en lugares como centros comerciales, supermercados, restaurantes y tiendas de productos gourmet
- Muestras gratis y souvenirs para generar reconocimiento de marca a través de campañas temporales.
- Participación en ferias gastronómicas con el fin concretar alianzas con empresas locales y extranjeras que sean afines con las actividades para una fácil penetración del mercado.
- Envío de brochures a través de agentes comerciales a hoteles, supermercados y tiendas gourmet.
- Campañas de comercio justo con las empresas y gremios de venta de productos orgánicos que promueven dicha tendencia.
- Uso de las tecnologías de la información y la comunicación para tener presencia en redes sociales y foros de discusión virtual.
- Creación de una página web con el fin de publicar información relevante del aceite, tips saludables, recetas.
- Mensajes publicitarios colocados en los medios de transporte públicos como los autobuses, los trenes y el metro además de aparecer en las estaciones de los mismos en forma de vallas publicitarias.

Como estrategia de comunicación para lanzamiento del producto al mercado se propone escribir y enviar notas de prensa de lanzamiento, con diseño de piezas gráficas que generen un impacto visual, con enfoque en las características que tendrá el producto, los beneficios para el cuidado de la salud, el exquisito sabor, resaltando las propiedades nutricionales y características que lo hacen superior a los demás aceites y a sus mismos competidores (ver figura 38).

Al generar la campaña de expectativa se busca llamar la atención del consumidor final, para que logren aceptar, conocer y tener mayor afinidad del aceite de aguacate.

Figura 38. *Imagen diseño de piezas gráficas para uso de estrategia de comunicación del aceite de aguacate.*



**Nota.** Establecer imagen y diseño de las piezas publicitarias permite generar recordación de la marca en los consumidores finales. Elaboración propia.

Para mejorar la efectividad igualmente se propone generar expectativa mediante una recopilación fotográfica de los productores, los cultivos y del impacto social al consumir el aceite de aguacate. (ver figura 39).

Figura 39. *Recopilación fotográfica de los cultivos y productores de aguacate Hass para campaña de expectativa.*



*Nota.* Llamar la atención del consumidor final con la recopilación fotografica de los cultivos y productores genera recordación de la marca y del impacto al consumir aceite de aguacate. Elaboración propia compilado de imágenes aguacate Hass [www.google.com](http://www.google.com).

Otras estrategias de comunicación para generar recordación de producto pueden ser las siguientes:

- Alianza estratégica con los canales de distribución mediante campaña de mail marketing con el fin de anunciar el producto y los beneficios ofreciendo un bono de descuento para la primera compra.
- Implementación de estrategia de marketing digital utilizando *influencers* manejen estilos de vida saludable en redes sociales.

Figura 40. *Estrategia de comunicación marketing digital.*



*Nota.* La estrategia de marketing digital en redes sociales a través de *influencers*, permite que el público objetivo asocie el aceite de aguacate a un estilo de vida saludable, teniendo presencia online y exposición en las redes sociales. Elaboración propia compilado de imágenes [www.google.com](http://www.google.com).

### 8.5 Estrategia Precio

Para este producto se propone efectuar la fijación del precio inicial y de lanzamiento por debajo al que manejan la competencia con el fin de que el producto sea conocido por el consumidor ruso.

Al ser el aceite de aguacate un producto nuevo en el mercado es importante animar a los compradores a probar este nuevo producto, y ganar posiciones en el mercado, mediante la entrega de cupones de descuento para estimular la demanda sin reducir el precio publicado.

Se propone que los precios se vayan fijando a lo largo del ciclo de vida del producto de acuerdo con su evolución y consolidación en el mercado.

### 8.6 Estrategia de Distribución

La cadena de valor es la configuración de los canales de distribución que vinculan a los miembros de la cadena valor con los usuarios finales.

Los canales de distribución del aceite de aguacate Hass son una cuestión central en la cadena de valor, un canal de distribución eficaz y eficiente brinda una importante ventaja estratégica sobre los canales competidores ya existentes en el mercado.

Los canales de distribución son sistemas o redes que conectaran el aceite de aguacate hass con el consumidor final.

La distribución es el factor clave del éxito en el mercado de aceite de aguacate hass en Rusia, tanto para entrar en el mercado como para asentarse. Es necesario contar con un distribuidor local que permita ingresar y llegar al mercado del consumidor objetivo.

Se establecerá un canal de distribución a través de un grupo de organizaciones independientes relacionadas tales como hipermercados (grandes superficies) y supermercados, ya que el consumidor ruso acostumbra a realizar la mayor parte de sus compras en este tipo de establecimiento (ver Figura 41).

Figura 41. *Flujograma de la ruta que sigue el producto hasta el cliente final.*



**Nota.** El flujograma nos ilustra los pasos que se siguen desde que el producto es adquirido por un distribuidor hasta el cliente final en Rusia. Elaboración propia.

Las cadenas que importan directamente productos alimenticios son: MAGNIT DE KRASNODAR, LENTA y AZBUKA VKUSA.

Tabla 32. *Número de tiendas y localizaciones de los principales canales de distribución Rusa*

Tienda	Número de Tiendas	Localizaciones
Magnit de Krasnovar	5309	1389
Lenta	122	63
Azbuka Vkusa	90	2

Nota: Principales cadenas de tiendas que importan productos alimenticios.

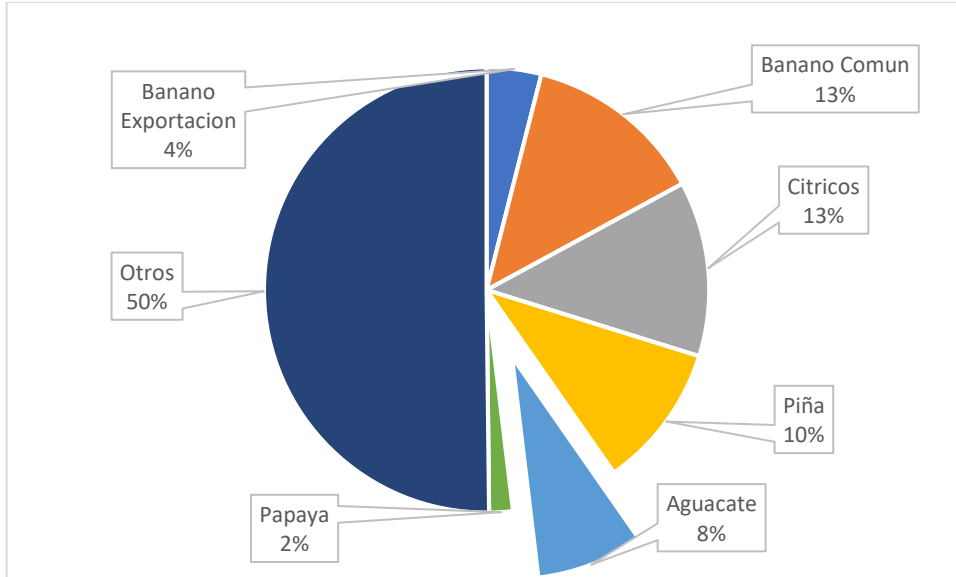
Fuente: Elaboración propia tomada de (Magnit, 2020) y otros.

## Resultados

En el país se cuenta con 2.463.538 UPA de las cuales el 16% es decir 1.260.641 corresponden a cultivos frutales.

Tipo de Cultivo	UPA	Area Sembrada	%UPA	%Area Sembrada
Cultivos agroindustriales	860,147	3,006,466	35%	35%
Platano y tuberculos	639,655	1,912,342	26%	22%
Cultivos frutales	393,442	1,260,641	16%	15%
Cereales	261,546	1,372,480	11%	16%
Flores, follajes y hortalizas	308,748	1,025,080	13%	12%
	<b>2,463,538</b>	<b>8,577,010</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Dentro de estos cultivos frutales, el aguacate pesa 8% del total de área sembrada, lo cual significa que el 1% del área agropecuaria sembrada es para esta fruta. Estos cultivos se encuentran ubicados en 39.172 UPA con 16.500 productores y alrededor de 62.000 personas están vinculadas de forma directa o indirecta.



Las exportaciones de aguacate en los últimos años han estado enfocadas principalmente a países bajos, Reino Unido, España y Bélgica entre otros.

Pais Destino	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Países Bajos</b>	1,369	3,368	7,385	10,184	16,259
<b>Reino Unido</b>	224	1,250	4,620	6,760	7,762
<b>España</b>	80	450	3,945	6,905	7,004
<b>Belgica</b>	-	-	185	2,047	2,732
<b>Estados Unidos</b>	44	431	1,581	1,591	404
<b>Otros</b>	43	44	485	1,000	3,639
<b>Total TON</b>	<b>1,760</b>	<b>5,543</b>	<b>18,201</b>	<b>28,487</b>	<b>37,800</b>

En Colombia, las exportaciones de aguacate hass se han venido consolidando sobre todo a países como estados unidos y la unión europea, sin embargo, se han se han aperturado mercados como Japón, Corea del Sur y China.

Variable	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Produccion Nacional (Ton)</b>	<b>288.739</b>	<b>309.852</b>	<b>343.295</b>	<b>375.906</b>	<b>403.184</b>
<b>Exportaciones Aguacate Total (Ton)</b>	<b>1.760</b>	<b>5.543</b>	<b>18.201</b>	<b>28.487</b>	<b>37.800</b>
<b>Consumo Local</b>	<b>286.979</b>	<b>304.309</b>	<b>325.094</b>	<b>347.419</b>	<b>365.384</b>
<b>% Consumo Local</b>	<b>99%</b>	<b>98%</b>	<b>95%</b>	<b>92%</b>	<b>91%</b>

<b>Exportaciones Aguacate Total (Ton)</b>	<b>1.760</b>	<b>5.543</b>	<b>18.201</b>	<b>28.487</b>	<b>37.800</b>
<b>Exportaciones Aguacate Hass (Ton)</b>	<b>1.408</b>	<b>4.434</b>	<b>14.561</b>	<b>26.208</b>	<b>35.000</b>
<b>% Exportaciones Hass</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>	<b>92%</b>	<b>93%</b>

Las importaciones de Rusia para los productos como Grasas y Aceites vegetales, presenta un crecimiento de 18.129 toneladas al comparar las cifras del año 2019 con el año 2015.

Producto	2015	2016	2017	2018	2019
Grasas y aceites vegetales (TON)	9.244	12.848	15.312	16.492	27.373
% Crecimiento Importaciones x año		39%	19%	8%	66%

Por otro lado, las exportaciones de grasas y aceites vegetales desde Colombia se sitúan promedio en las 368 toneladas año.

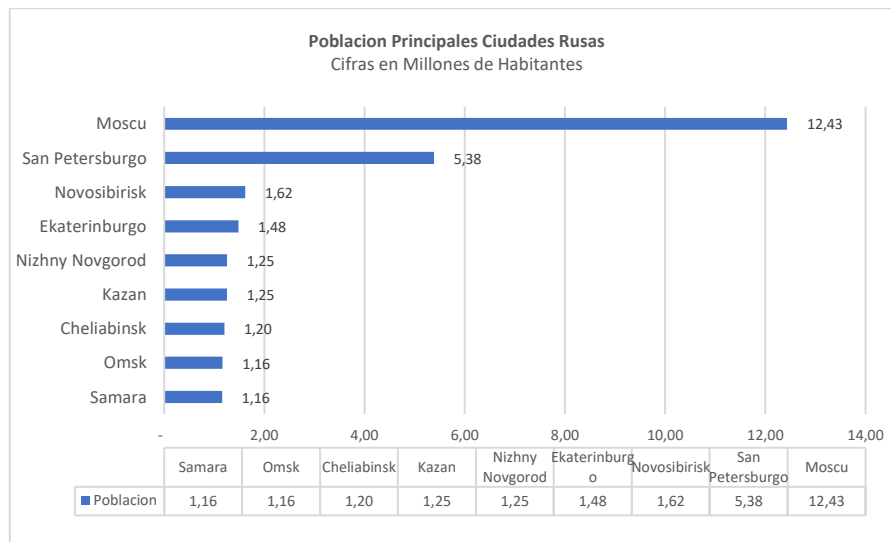
Producto	2015	2016	2017	2018	2019
Grasas y aceites vegetales (TON)	394	376	383	351	335
% Crecimiento Exportaciones x año		-5%	2%	-8%	-5%

Las principales empresas productoras de aceite de aguacate del país se relacionan en el siguiente cuadro:

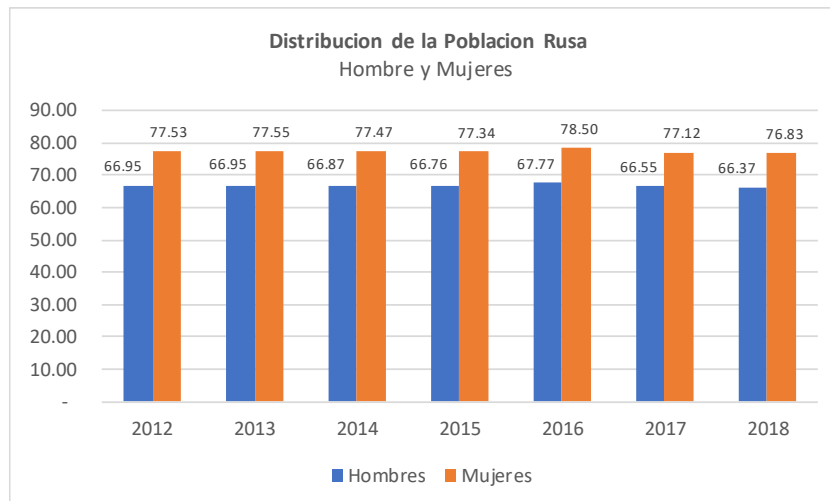
Nombre Empresa	Ubicación	Producto	Presentación	Costo
Green Hass S.A.S.	Manizales	Aceite de aguacate	250 ml	\$33.000
		Virgen		
Team Foods	Buga Valle del Cauca	Aceite de Aguacate	250 ml	\$37.750
		Gourmet		
La Perla Orgánicos S.A.S.	Urao Antioquia	Aceite de Aguacate	250 ml	\$27.500
		Virgen		
Terravocado S.A.S.	Medellin	Aceite de Aguacate	250 ml	\$30.000
		Extra virgen		

Naturales Casvior	Bogotá	Aceite Emoliente de Aguacate	240 ml	19.800
-------------------	--------	------------------------------	--------	--------

La federación Rusa tiene una población de 147 millones de habitantes, el 20% se encuentran ubicados en grandes ciudades, en donde se concentra el mayor volumen de personas con capacidad de compra.



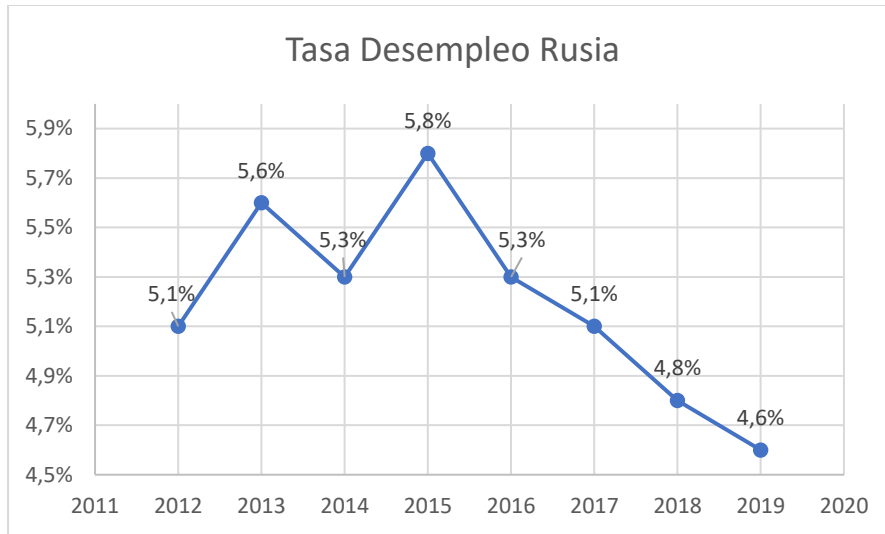
La población rusa está conformada por 77 millones de mujeres contra 69 millones de hombres con mayoría de personas del sexo femenino, de las cuales el número total de personas económicamente activas corresponde a 73 millones, en la que la mujer representa el 50%; adicionalmente la mayor concentración de la población se encuentra en el rango de los 25 a los 69 años.



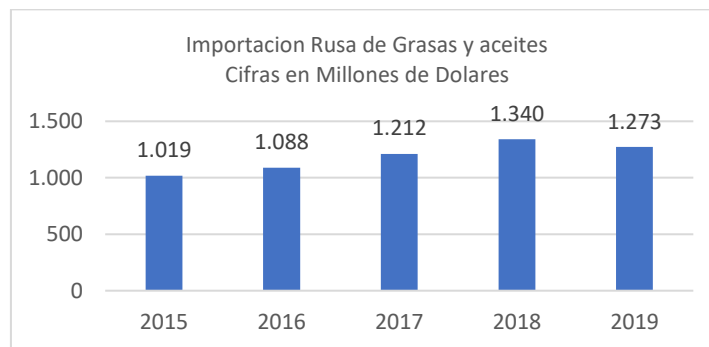
El 67% de los hogares de ese país están confirmado por entre dos y cuatro personas, siendo la prioridad del gasto los relacionados con los alimentos.

Rango de edad	%
Edad media del jefe de familia	47,0 años
Número total de hogares (en millones)	54,6
Tamaño promedio de los hogares	2,7 personas
Porcentaje de hogares de 1 persona	25,7%
Porcentaje de hogares de 2 personas	28,5%
Porcentaje de hogares de 3 a 4 personas	37,0%
Porcentaje de hogares de más de 5 personas	8,8%

Rusia tiene una baja tasa de desempleo (4.6%), según las cifras del año 2019 el ingreso por persona en Rusia ascendió a 10.346 euros, esto garantiza que un gran porcentaje de la población tiene la capacidad de atender sus necesidades básicas.



Rusia ha importado 1.200 millones de dólares en promedio durante los cinco últimos años lo que equivale a un 0.56% del total de las importaciones de productos efectuadas al país. El aceite de Oliva es uno de los 20 productos que más importan, siendo España e Italia los principales proveedores.



Colombia no ha incursionado en el mercado ruso con grasas y aceites animales y vegetales a pesar que exporta al mundo más de 500 millones de dólares de este producto.

Ubicación de las plantaciones

Departamento	Area Total	Area Productiva	Produccion	Rendimiento
Tolima	4.138	2.820	28.197	10.0
Caldas	3.537	2.410	21.209	8.8
Antioquia	2.619	1.785	18.917	10.6
Quindio	1.818	1.239	10.532	8.5
Valle del Cauca	1.252	853	7.079	8.3
Risaralda	1.033	704	6.475	9.2
Otros	1.134	773	5.641	7.3
<b>Total</b>	<b>15.531</b>	<b>10.584</b>	<b>98.050</b>	<b>9.3</b>

Las plantas de elaboración de aceite son en Medellín y Bogotá

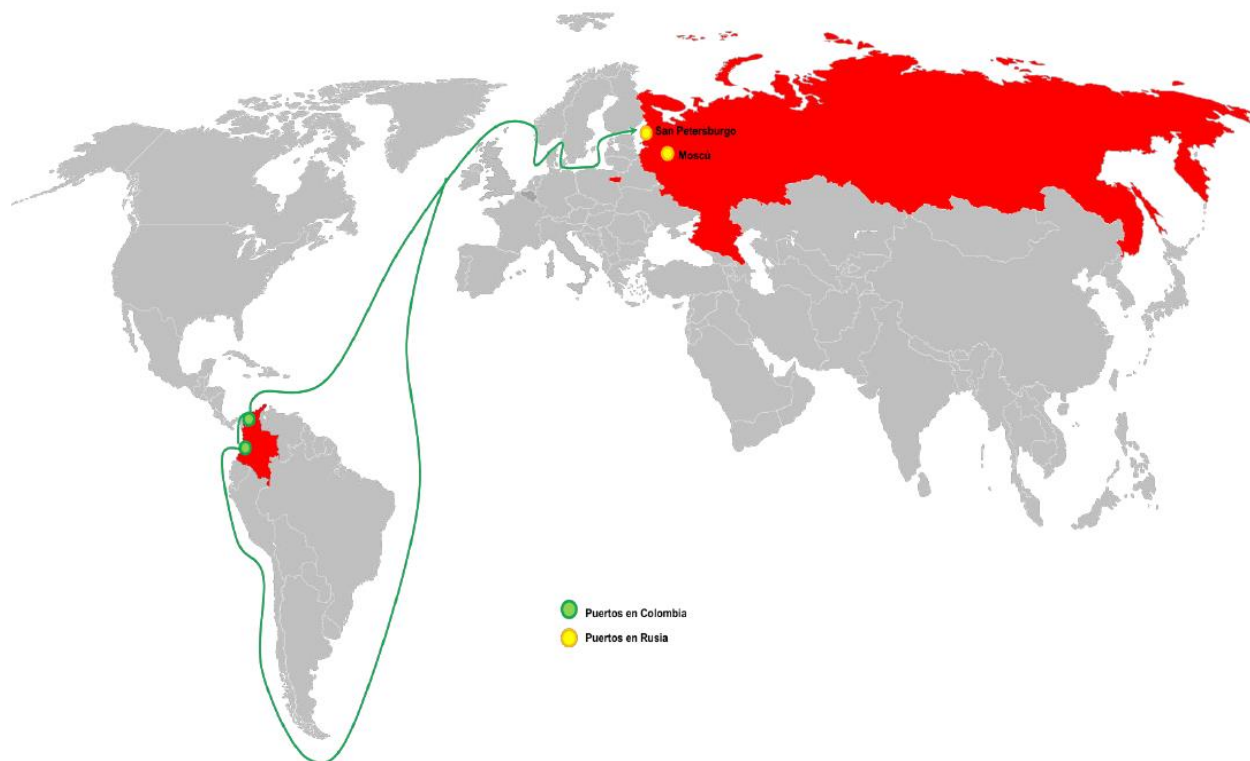
Costos transporte nacional contenedor

Origen	Destino	Vehículo	Tipo Carga	Costo	Flete
Bogotá	Buenaventura	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor	2,133,146	2,510,000
Bogotá	Santamarta	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor	3,315,162	3,900,000
Bogotá	Cartagena	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor	3,100,905	3,648,000

Medellín	Buenaventura	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor	1,977,703	2,327,000
Medellín	Santamarta	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor	2,957,143	3,479,000
Medellín	Cartagena	Tractocamión 2 ejes - Patineta	Contenedor	2,485,049	2,924,000

### Comparativo de los costos de la logística internacional

Origen	Destino	Vehículo	Tipo Carga	Costo	Flete Nacional	Flete Internacional	Total	# Botella	Costo por Botella
Bogota	Buenaventura	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,133,146	2,510,000	13,813,000	16,323,000	12,288	1,328
Bogota	Buenaventura	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	2,980,944	3,507,000	15,029,000	18,536,000	24,576	754
Bogota	Barranquilla	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	3,233,023	3,804,000	13,053,000	16,857,000	12,288	1,372
Bogota	Barranquilla	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	4,346,343	5,113,000	14,269,000	19,382,000	24,576	789
Bogota	Cartagena	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	3,100,905	3,648,000	13,053,000	16,701,000	12,288	1,359
Bogota	Cartagena	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	4,443,988	5,228,000	14,269,000	19,497,000	24,576	793
Medellin	Buenaventura	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	1,977,703	2,327,000	13,813,000	16,140,000	12,288	1,313
Medellin	Buenaventura	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	3,418,411	4,022,000	15,029,000	19,051,000	24,576	775
Medellin	Barranquilla	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,591,732	3,049,000	13,053,000	16,102,000	12,288	1,310
Medellin	Barranquilla	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	3,554,198	4,181,000	14,269,000	18,450,000	24,576	751
Medellin	Cartagena	Tractocamion 2 ejes - Patineta	Contenedor 20	2,485,049	2,924,000	13,053,000	15,977,000	12,288	1,300
Medellin	Cartagena	Tractocamion 3 ejes - Tractomula	Contenedor 40	3,418,410	4,022,000	14,269,000	18,291,000	24,576	744



Días de transito marítimo desde los puertos de Colombia

Origen	Destino	Tiempo de transito directo (dias)	Tiempo de transito conexiones (dias)	Frecuencia
Barranquilla	Moscú		29-36	Semanal
	San Petersburgo		25-34	Semanal
Buenaventura	Moscú		34-37	Semanal
	San Petersburgo		24-34	Semanal
Cartagena	Moscú		29-32	Semanal
	San Petersburgo		20-33	Semanal
Santa Marta	San Petersburgo	22	34	Semanal

**Conclusiones**

Como resultado de la investigación realizada podemos concluir que el sector del aceite de aguacate Hass es importante para Colombia por:

Para el año 2018 el sector agrícola representó el 6% del producto interno bruto con una producción de 61.974 billones de pesos. La producción de aguacate ascendió a 403.184 toneladas con un precio promedio de 3.281 por kilo lo que equivale a un monto total de 1.323 billones de pesos colombianos y una participación del 3.6%.

El país cuenta con 2.463.538 UPA de las cuales el 16% es decir 1.260.641 corresponden a cultivos frutales, de estos el aguacate pesa 8% y representa el 1% del total del área agropecuaria sembrada. Estos cultivos se encuentran ubicados en 39.172 UPA con 16.500 productores y alrededor de 62.000 personas están vinculadas de forma directa o indirecta.

El sector de elaboración de productos alimenticios representó el 3% del producto interno bruto con una producción de 31.045 billones de pesos para el año 2018, de los cuales el subsector de aceites y grasas de origen vegetal y animal representa el 6% con una producción de 1.718 billones de pesos dentro de los cuales se encuentra el aceite de aguacate.

De igual manera el sector de la producción de aceites y grasas es un renglón importante para la economía colombiana ocupando el lugar número 17 del total producido, las principales empresas productoras del país se encuentran ubicadas en los departamentos de Antioquia, Caldas, Pereira y Quindío convirtiéndose en un sector de la economía con amplia generación de empleo en departamentos en los cuales la tasa de desocupación promedio es del 14%.

La comercialización del aguacate colombiano se ha abierto mercados en todo el mundo, siendo los principales países de destino Países Bajos, Reino Unido y España. Dada la acogida de esta fruta en el mercado mundial, es importante desarrollar subproductos con valor agregado que

le permitan al consumidor acceder a los múltiples beneficios y al país disminuir la dependencia de los commodities.

Como conclusión podemos decir, que Rusia se constituye en un mercado atractivo para el aceite de aguacate, de su población de 147 millones de habitantes un total del 20% se encuentran ubicadas en grandes ciudades en donde se encuentra el mayor volumen de personas con capacidad de compra.

Del total de personas económicamente activas (73 millones de personas), la mujer representa el 50% no obstante la población rusa está conformada por 77 millones de mujeres contra 69 millones de hombres con mayoría de personas del sexo femenino. La mayor concentración de la población se encuentra en el rango de los 25 a los 69 años, ideal para el tipo de producto que es el aceite de aguacate.

El 67% de los hogares de ese país están confirmado por entre dos y cuatro personas, siendo la prioridad del gasto los relacionados con los alimentos.

Rusia tiene una tasa de desempleo baja 4.6% lo que garantiza que un gran porcentaje de la población tiene la capacidad de atender sus necesidades básicas, según las cifras del año 2019 el ingreso percapita en Rusia ascendió a 10.346 euros.

Rusia ha importado 1.200 millones de dólares en aceites y grasas durante los cinco últimos años lo que equivale a un 0.56% del total de las importaciones de productos efectuadas al país. El aceite de Oliva es uno de los 20 productos que más importan, siendo España e Italia los principales proveedores.

Colombia no ha incursionado en el mercado ruso con grasas y aceites animales y vegetales no obstante exporta al mundo más de 500 millones de dólares de estos productos.

El aceite de aguacate puede sustituir en gran parte el consumo del aceite de Oliva, teniendo en cuenta que posee incluso mejores beneficios y propiedades que el primero.

Se puede establecer que este producto puede ser bien acogido por el consumidor ruso con capacidad de compra, dado que prefiere la calidad por encima de la tradición familiar y el precio.

Las plantaciones de aguacate en Colombia, se encuentran ubicadas en su mayoría en Tolima, el eje cafetero, Antioquia y Valle del Cauca, y las plantas de producción de aceite de aguacate se encuentran ubicadas principalmente en las ciudades de Medellín y Bogotá.

Analizados los costos de traslado nacional para contenedor de 20” y 40”, se puede concluir que con un contenedor de 40” se aumenta la capacidad de botellas transportadas y los costos de traslado se reducen.

Teniendo en cuenta las ubicaciones de las plantas de extracción se puede concluir que el costo del transporte nacional más favorable se daría en las siguientes rutas:

- Origen Bogotá - Destino Buenaventura
- Origen Medellín - Destino Buenaventura
- Origen Medellín - Destino Cartagena

Al comparar los costos logísticos, se puede concluir que sumados los trayectos nacionales e internacionales los fletes mas favorables para un contenedor de 40” serían los relacionados con la ruta Medellín - Cartagena - San Petersburgo dado que el costo por botella ascendería a 744 pesos siendo el más bajo de todos con el menor tiempo de transito marítimo en días lo que da mayores garantías para la conservación del producto.

El mercado objetivo en Rusia se encuentra ubicado en las ciudades de Moscú y San Petersburgo que son las que cuentan con la población mas alta y donde se encuentra la mayor concentración de personas económicamente activas.

Rusia es un gran consumidor de aceites, siendo el de Oliva Español e Italiano el que tiene mayor peso por el volumen de sus importaciones.

La estrategia de comercialización del aceite de aguacate hass se enfocará en convertirse en un producto sustituto del aceite de oliva logrando penetrar el mercado y obteniendo una participación en el mercado de los aceites.

Para posicionar el producto en el mercado objetivo se plantean las siguientes estrategias:

- Identificación del socio estratégico que se encargara de actuar como importador y comercializador del producto.
- El aceite de aguacate Hass es un producto novedoso frente a la competencia actual y al ser considerado en la línea premium la estrategia de producto deberá estar enfocada en su presentación:
  - o Botella con dosificador
  - o Etiqueta que resalte las propiedades naturales
  - o Colores oscuros
- Estrategia de promoción enfocada en la socialización de los usos y beneficios del producto mediante eventos de degustación, muestras gratis y souvenirs, participación en ferias gastronómicas, campañas de comercio justo y uso de las tecnologías de la información y la comunicación para tener presencia en redes sociales y foros de discusión virtual.
- Estrategia de fijación de precios a lo largo del ciclo de vida del producto de acuerdo con su evolución y consolidación en el mercado.
- Estrategia de distribución a través de hipermercados (grandes superficies) y supermercados sitios en los cuales el consumidor ruso acostumbra a realizar la mayor parte de sus compras.

### Referencias

- Abreu, J. L. (2014). *El método de la investigación. Research method*. Daena International Journal of Good Conscience. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Aceites Pro. (30 agosto de 2019). *Aceite de Aguacate – Para qué sirve y beneficios*. Aceites Pro. <https://aceites.pro/aguacate/>
- Agromática. (2020). *Variedades de Aguacate*. Agromatica. <https://www.agromatica.es/variedades-de-aguacate>
- Alcance Global. (2016). *Top 10 challenges of doing business in Russia*. TMF Group. <https://www.tmf-group.com/news%20insights/business%20culture/top%20challenges%20russia/>
- Alianza del Pacífico. (17 de febrero de 2018). *Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico*. Alianza del Pacífico. <https://alianzapacifico.net/download/acuerdo-marco-de-la-alianza-del-pacifico/>
- Alimentos.org (2018). *Alimentos y sus propiedades*. Alimentos.org <https://alimentos.org.es/>
- Alimentos.org. (2020). *Comparativo de la forma de extracción del aceite en la oliva y el aguacate*. Alimentos.org. <https://alimentos.org.es/>
- Alimentos. (2018). *Alimentos y sus propiedades*. Alimentos <https://alimentos.org.es/>.
- Apasionados del Marketing. (11 de febrero 2013). *Mercado ruso: Cómo enfocar y vender nuestro producto o servicio*. Net Consulting. <https://www.netconsulting.es/blog/mercado-ruso-vender-marketing-online/>
- Anonymous (2014). *Teoría ecléctica de Dunning*. Luis Raul Administración Internacional.
- Index Mundi. (2018). *Cuadros de datos históricos anuales*. Index Mundi. <https://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=rs&v=145&l=es>

Araya, A. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. *Tec Empresarial*, 3(3), 18-25.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468>

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. (6ª. Edición). Asociación de Venta Directa Rusa. Episteme.

Asociación Nacional de Café (2004). *Programa de diversificación de ingresos de la empresa cafetalera*. Gobierno de la Republica de Honduras <https://docplayer.es/80682891-La-diversificacion-de-ingresos-en-la-empresa-cafetalera.html>.

Banco Mundial. [BM]. (2020). *Gráfica con la variación de la empleabilidad en Rusia desde el año 1990*. Banco Mundial.

<https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?locations=RU>.

Banco Mundial [BM]. (2018). *Country Score Card: Russian Federation 2018*. Banco Mundial.

<https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/line/254/C/RUS/2018/R/ECA/2018/I/UMC/2018?sort=desc&order=LPI%20Score#datatable>

Barranco, R., Martínez, & Moreno, Ma. (1992). Extracción del aceite de aguacate: un experimento industrial. *Revista CSIC, Consejo Superior de Investigaciones Científicas*, 43(1), 11-15. [grasasyaceites.revistas.csic.es](http://grasasyaceites.revistas.csic.es).

Becerra, A., Guzmán, D., Rodríguez, M. & Trujillo, G. (1988). Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas. *Universidad del Rosario Documentos de investigación*, 30, 1-70

<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cabrera, A., Lopez, P., & Ramirez, C. (6 de abril de 2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Universidad Central de Colombia.

<https://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/la-competitividad-empresarial-un-marco-conceptual-para-su-estudio-0>

Camacho Rubio, F., Martínez Nieto L. & Rodríguez Vives, S. (1988). Extracción y caracterización del aceite de aguacate. *Revista CSIC, Consejo Superior de Investigaciones Científicas*. 43(1), 11-15.

Cambio. Today, C. (2020). *Histórico dólar de los estados unidos rublo ruso*. Cambio Today <https://cambio.today/historico/dolar-norteamericano/rublo-ruso>

Cardozo, P., Chavarro, A. y Ramírez, C. (2007). Teorías de Internacionalización. *Panorama* (3). *Internacionalización de pymes*, 4-23.

<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4780130.pdf>

Cegarra Sanchez, J. (2012). *Los métodos de Investigación*. Ediciones Díaz de Santos.

<https://ebookcentral.proquest.com>

Cely Torres, L. A. (2018). *Marco estratégico para el aprovechamiento de oportunidades en el acuerdo de integración Colombia-Unión Europea*. [Tesis de Doctorado], Universidad Nacional de Educación a Distancia, Repositorio UNED. <http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:ED-Pg-UniEuro-Lacely>

Competitividadyestrategia.com (2020) *El diamante de Porter*. Competitividad y estrategia.

<https://www.competitividadyestrategia.com/diamante-de-porter.html>

Coface for Trade. (2019). *Major macro economic indicators*. Coface for trade.

<https://www.coface.com/Economic-Studies-and-Country-Risks/Russian-Federation>

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE. (2017). *Encuesta Anual Manufacturera*. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE.

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin\\_eam\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2017.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2014). *Insumos y factores asociados a la producción Agropecuaria*. DANE. <http://hdl.handle.net/11348/7479>.

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2017) *Importaciones y Exportaciones*. DANE  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin\\_eam\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2017.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2017). *Encuesta Anual Manufacturera*. DANE.  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin\\_eam\\_2017.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eam/boletin_eam_2017.pdf)

Departamento Nacional de Planeación [DPN]. (2004). *Oleaginosas, aceites y grasas*. DPN.  
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Oleaginosas.pdf>

Durán Herrera, J. (1994). Factores de competitividad en los procesos de internacionalización de la empresa. Información Comercial. *Revista de economía*, 21-42.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=11949>

Duran Herrera, J. J. (2002). Estrategias de localización y ventajas competitivas de la empresa multinacional española. *Revista de Economía*, (799).  
<http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/345>

Embalajes Terra. (2019). *Cajas de cartón en la industria del embalaje*. Embalajes Terra.  
<https://www.embalajesterra.com/blog/cajas-de-carton-industria-embalaje/>

Eurasian Conformity Mark (2020). *Certificado EAC*. International Financial Consulting Group, Ltd. <https://www.ifcg.ru/en/services/docs/tr/eac-certificates-declarations/>.

Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite [Fedepalma]. (05 de Febrero de 2019). *Balance económico del sector palmero colombiano en el segundo trimestre de 2018*.

Fedepalma.

[http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/BET\\_OCTUBRE\\_2018.pdf](http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/BET_OCTUBRE_2018.pdf).

Foliagrol Ltda. Home. (2020) Foliagrol Limitada Home. Facebook. Consultado el 20 de septiembre de 2020. [www.facebook.com](http://www.facebook.com).

Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020). Gráfico longitudinal del desempleo en Rusia desde el año 2011. FMI. <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020). Detalle del decrecimiento de la inflación en Rusia. FMI. <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020). Gráfico con la fluctuación de la pobreza en Rusia en las dos últimas décadas. FMI. <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020). Gráfico con la fluctuación del PIB ruso de los últimos quince años, comparado con la tasa de crecimiento anual. FMI. <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>

Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020). Gráfico comparativo entre el Euro y el Rubro de los últimos diez años. FMI. <https://datosmacro.expansion.com/divisas/rusia>.

Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020). Gráfico con el seguimiento de la Deuda Externa Rusa de los últimos veinte años. FMI. <https://datosmacro.expansion.com/divisas/rusia>.

Fondo Monetario Internacional [FMI]. (2020). Producto Interno Bruto en Rusia en los últimos veinte años. FMI. <https://datosmacro.expansion.com/pib/rusia>.

Fondo Nacional de Fomento Hortifrutícola Asohofrucol (2018). *Evaluaciones Agropecuarias Municipales*. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

<https://www.datos.gov.co/Agricultura-y-Desarrollo-Rural/Evaluaciones-Agropecuarias-Municipales-EVA/2pnw-mmge>.

Galvan, I. (2013). La formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización de las empresas. *Universidad de las Palmas de Gran Canaria*, 2, 93-140 <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf>

Gestión Internacional. (2018). *Rusia 2018: ¿Cómo se comportan los consumidores del país anfitrión?*. Gestión Internacional.

<https://gestion.pe/mundo/internacional/rusia-2018-comportan-consumidores-pais-anfitrión-235976-noticia/>

Giraldo Buitrago M. C. & Henao Toro, G. (2011). Análisis de las consecuencias del tratado de libre comercio (TLC), entre Colombia y la Unión Europea en el subsector ganadero colombiano. *Grafías Disciplinarias de la UCP*, (13), 13-20.

Gómez, A. (2016). Globalización y desarrollo económico, Colombia como caso de estudio. *Revistas Académicas Eafit*, 7(02).

<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ejil/article/view/4579>

Green Hass Export Company. (2020). *Nuestros productos*. Green Hass.

<https://greenhass.com/index.php/green-hass/#>

Grupo Alucaps (2020). *División metálica. Tapa metálica de rosca*. Grupo Alucaps.

[http://alucapsgroup.com/tapa\\_metalica\\_rosca.php](http://alucapsgroup.com/tapa_metalica_rosca.php)

Habitat World Map (2017). *Rusia*. Habitat World Map.

<https://habitat-worldmap.org/es/pais/europa/rusia/>

Index Mundi (2019b). *Producto Interno Bruto (PIB) de Rusia*. Index Mundi.

[https://www.indexmundi.com/es/rusia/producto\\_interno\\_bruto\\_\(pib\).html](https://www.indexmundi.com/es/rusia/producto_interno_bruto_(pib).html)

IFCG. (2020). *EAC Certificates and Declarations*. IFCG.

<https://www.ifcg.ru/en/services/docs/tr/eac-certificates-declarations/>

Index Mundi (2019a). *Balanza por Cuenta Corriente*. Index Mundi.

[https://www.indexmundi.com/es/rusia/balanza\\_por\\_cuenta\\_corriente.html](https://www.indexmundi.com/es/rusia/balanza_por_cuenta_corriente.html)

ITC (2020). *Detalle del movimiento de exportaciones de aceites y grasas desde Colombia en los últimos cinco años*. Trade Map.

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_Map.aspx?nvpm=](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Map.aspx?nvpm=)

ITC (2020). *Secuencia de la importación de aceites y grasas en Rusia en los últimos cinco años*.

Trade Map. [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_Map.aspx?nvpm=](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Map.aspx?nvpm=)

Jones, A. L. (1988). *Intake and digestion in cattle fed warm- or cool-season grass hay with or without supplemental grain*. J. Anim. Sci.

La Perla Orgánicos S. A. S. (2019). *Sector hortofrutícola encontrara nuevas propuestas en*

*Medellin 2621539*. Agronegocios. <https://www.agronegocios.co/agricultura/sector-hortofruticola-encontrara-nuevas-propuestas-en-medellin-2621539>.

La Perla Organicos S. A.S. (2019). *Aceite de aguacate*. Agronegocios.

<https://www.agronegocios.co/agricultura/sector-hortofruticola-encontrara-nuevas-propuestas-en-medellin-2621539>.

Maholtra, N. (2004). *Investigación de mercados un enfoque aplicado*. Pearson Educación.

Maniev, G. (2019). *En Rusia hay más mujeres que hombres: datos y realidades*. Russia Beyond.

<https://es.rbth.com/estilo-de-vida/82700-rusia-mas-mujeres-que-hombres-datos>

Melin, L. (1992). Internationalization as a strategy process. *Estrategic Management Journal*, 13(52).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural [Minagricultura] (2018). *Cadena de aguacate - Indicadores e instrumentos*.

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-08-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). *Acuerdos TLC Colombia. Acuerdos vigentes*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

<http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincomercio], (2018). *Acuerdos TLC Colombia. Acuerdos Vigentes*. Mincomercio. [www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente](http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincomercio] (2013). *Programa de Transformación Productiva*. Mincomercio.

<https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-sectorial/programa-transformacion-productiva-regional>.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural [Minagricultura]. (agosto 2018). *Cadena de Aguacate Indiadores e Instrumentos*. Minagricultura.

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-08-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>.

Naturales Casvior (2020) *Servicios*. Casvior. <https://casvior.com/>

Ovalle F. & Vera, C. (2011). *Propuesta de Estudio de Pre Inversión Para la Diversificación de Cultivos Finca Casablanca Vereda Guane. Municipio de Sasaima – Cundinamarca*. Universidad Militar Nueva Granada.

Parlamento Europeo. (Julio 2018). *Acuerdo comercial entre la Unión Europea y Colombia y Perú*. Parlamento Europeo.

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/621834/EPRS\\_STU\(2018\)621834\\_ES.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/621834/EPRS_STU(2018)621834_ES.pdf)

Pichel, M. (8 de agosto de 2019). *El plan de Rusia para que lleguen millones de inmigrantes al país en los próximos 6 años*. BBC News. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49192817>.

Porter, M. E. (1980). *Estrategia Competitiva: Técnicas para Analizar Industrias y Competidores*. CECSA.

Procolombia. (2020) *Exportaciones*. Procolombia <http://www.procolombia.co/node/677>.  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.4250130908>

PopulationPyramid.Net. (2018). *Rusia. Pirámides de población del mundo desde 1950 a 2100*. PopulationPyramid. <https://www.populationpyramid.net/es/rusia/2018/>

Portafolio. (26 de junio de 2018). *Colombia duplicó sus acuerdos comerciales en los últimos ocho años*. Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/colombia-duplico-sus-acuerdos-comerciales-en-los-ultimos-ocho-anos-518445>

Procolombia. (2020). *Exportaciones*. Procolombia.  
<http://www.procolombia.co/node/677>

Procolombia. (2020). *Colombia apuesta por un aguacate hass cada vez más sostenible*. Procolombia.  
<https://procolombia.co/noticias/colombia-apuesta-por-un-aguacate-hass-cada-vez-mas-sostenible>.

Rodriguez, A.. & San Martín, N. (2008). *¿Reflejan los índices de riesgo país las variables relevantes en el desencadenamiento de las crisis externas? Un análisis sobre el periodo 1994-2001*. Universidad del País Vasco.

Rusalía. (2020). *Cómo exportar a Rusia: los certificados EAC y GOST*. Rusalía.  
<https://www.rusalía.com/exportar-rusia-certificados-eac-gost/>

Rusia. (2019). *Evolución de la tasa de supervivencia de la población rusa por grupo etario*. Population Pyramid. <https://www.populationpyramid.net/es/rusia/2018/>

Russian Federation. (2014). *RUSSIA: Federal Districts and Major Cities*. Russian Federation.

<http://www.citypopulation.de/en/russia/cities/>

Santander Trade Markets. (2020). *Herramientas y recursos para ayudar a tu empresa a expandirse globalmente*. Santander Trade Markets.

[https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=\\_Retail%20Foods\\_Moscow%20ATO\\_Russian%20Federation\\_06-30-2020](https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=_Retail%20Foods_Moscow%20ATO_Russian%20Federation_06-30-2020)

Selltiz, w. c. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Rialp.

The Christian Science Monitor. (2011). *Russia emerges as Europe's most God-believing nation*.

The Christian Science Monitor

<https://www.csmonitor.com/World/Europe/2011/0506/Russia-emerges-as-Europe-s-most-God-believing-nation>

Team Foods. (2019). *Nuestros Aceites de Cocina*. Team Foods.

<https://alianzateam.com/team-foods/marcas-en-el-hogar/aceites-vegetales-de-cocina-team-foods/>

Terravocado. (2020). *Derivados del aguacate*. Terravocado.

<https://www.terravocado.com/aceite-de-aguacate>

The World Bank. (4 de diciembre de 2016), *How Wealthy is Russia?* The World Bank.

<https://www.worldbank.org/en/country/russia/publication/how-wealthy-is-russia>

Tienda Naturista Colombia. (2015) *Cuidado personal y belleza*. Tienda Naturista Colombia.

<https://www.tiendanaturistacolombia.com/#>

Thompson, I. (2020). *Estrategias de Precios*. Promonegocios.Net.

<https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>

Vernon, R. (1966). *Teoría del Ciclo de Vida del Producto*.

<https://digital.csic.es/bitstream/10261/32137/5/tesisUPV3242.pdf>

Worldometer. (2020.) *Russia Population*. World do meters.

<https://www.worldometers.info/world-population/russia-population/>

World Trade Organization [WTO] (2020). *Importaciones rusas tanto de bienes como de servicios, desagregadas por año y rubro*. WTO.

[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm).

World Trade Organization [WTO]. (2017). *Gráfico con las exportaciones rusas desagregado por bienes y servicios de los últimos cinco años*. WTO.

[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm).

World Trade Organization [WTO] (2017). *Gráfico con la balanza comercial de Rusia de los últimos cinco años*. WTO.

[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm).

World Trade Organization [WTO] (2017). *Gráfico que detalla la fluctuación de las importaciones rusas en grasas y aceites de los últimos cinco años*. WTO.

[https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/russia\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/russia_e.htm)